



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA CHAPINGO

C.I.E.S.T.A.A.M.

DE LA RETÓRICA A LA PRÁCTICA DEL PATRIMONIO: PROCESOS DE CALIFICACIÓN DE LOS QUESOS

TRADICIONALES MEXICANOS

TESIS

QUE COMO REQUISITO PARCIAL

PARÁ OBTENER EL GRADO DE DOCTOR EN PROBLEMAS ECONOMICO-AGROINDUSTRIALES

PRESENTA:

THOMAS MARIE FRANÇOIS POMÉON



DIRECCION GENERAL ACADÉMICA
DEPTO. DE SERVICIOS ESCOLARES
OFICINA DE EXÁMENOS PROFESIONALES

31 de Mayo de 2011

Chapingo, Estado de México

DE LA RETÓRICA A LA PRÁCTICA DEL PATRIMONIO: PROCESOS DE CALIFICACIÓN DE
LOS QUESOS TRADICIONALES MEXICANOS

TESIS

Realizada por **Thomas, Marie, François POMÉON** bajo la dirección del Comité Asesor
indicado, aprobado por el mismo y aceptada como requisito parcial para obtener el
grado de:

DOCTOR EN PROBLEMAS ECONÓMICO AGROINDUSTRIALES

DIRECTOR:



DR. FERNANDO CERVANTES ESCOTO

ASESOR:



DR. FRANÇOIS BOUCHER

ASESOR:



DR. J. REYES ALTAMIRANO CÁRDENAS

LECTOR EXTERNO:



DR. DENIS REQUIER-DESIARDINS

AGRADECIMIENTOS

A los queseros, productores de leche, investigadores, técnicos, comerciantes, funcionarios de diferentes dependencias municipales, estatales o federales que me dedicaron de su tiempo, aceptaron compartir conmigo sus conocimientos y experiencias, y me abrieron a menudo su casa, ofreciendo a un foráneo “preguntón” techo, comida y sobre todo su amistad.

A la Secretaria de Relaciones Exteriores de la Republica Mexicana, por su apoyo financiero a través de la beca otorgada para realizar mis estudios doctorales, junto con el Ministère des Affaires Étrangères de Francia, a través del organismo Egide.

A la Universidad Autónoma Chapingo, y en particular al Centro de Investigaciones Económicas, Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y la Agricultura Mundial (CIESTAAM), por darme la oportunidad de desempeñar mis estudios doctorales en su seno, ofreciéndome las condiciones materiales e intelectuales necesarias, en particular para realizar las actividades de campo. ¡Orgullosamente Chapinguero! Gracias a los profesores, compañeros de la universidad y del centro (en particular Rebecca, Juan y Alejandro), así como al personal administrativo y de mantenimiento, que me soportaron y apoyaron de muchas formas.

A la UMR “Innovation” y al Centre International de Recherche sur l’Agriculture et le Développement (CIRAD) por su apoyo material e intelectual, en particular por los apoyos brindados para realizar mi trabajo de campo.

A mi director de tesis, el Dr. Fernando Cervantes Escoto, por haber aceptado dirigir ese trabajo, y a los demás miembros del comité de tesis, el Dr. François Boucher y el Dr. J. Reyes Altamirano Cárdenas, por su apoyo y sus consejos.

Al Dr. Denis Requier-Desjardins, por sus comentarios y por haber aceptado ser el lector externo de esta tesis.

Al Mtro. Abraham Villegas, por sus consejos, su ayuda y su amistad, y por los largos y ricos intercambios sobre México y sus quesos.

A Marie, por su apoyo y cariño, y por siempre darme la alegría de estar, de una forma u otra, a mi lado.

A mi familia y a mis amigos por su siempre valioso sostén, en particular a los que me ayudaron a la hora de corregir mis aproximaciones lingüísticas.

RESUMEN

DE LA RETÓRICA A LA PRÁCTICA DEL PATRIMONIO: PROCESOS DE CALIFICACIÓN DE LOS QUESOS TRADICIONALES MEXICANOS

Thomas, Marie, François POMÉON

Los quesos tradicionales son parte de este conjunto gastronómico y culinario mexicano clasificado por la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Sin embargo, atrás de los discursos, estos quesos están más bien en vía de desaparición, y con ellos los sistemas productivos asociados. En esta tesis, se explora la posibilidad de proteger y valorizar los quesos tradicionales por indicaciones geográficas (IG) a partir de tres casos empíricos (el queso Cotija de la Sierra de Jalmich; el queso Bola de Ocosingo; el queso Crema de la Costa de Chiapas). Se interroga la capacidad de los procesos de calificación territorial para movilizar e incluir a un conjunto de actores locales y extra-locales, y activar una trayectoria de desarrollo endógeno. Se realiza primero un análisis contextual, incluyendo al sector quesero y la protección y valorización de productos tradicionales. Después, la mirada se centra en las arenas locales donde se dan los procesos de calificación, a raíz de entrevistas realizadas con queseros, académicos, funcionarios, entre otros. Una reflexión teórica sobre las nociones de calificación territorial y patrimonialización, como formas de acción colectiva en sistemas productivos locales, guía el esquema analítico. De esta manera, se caracterizan y analizan los sistemas productivos queseros locales, y la construcción de marcas colectivas de tipo IG. Se concluye que esta construcción no necesariamente se centra en el desarrollo territorial y la protección de un patrimonio colectivo local. Bajo la influencia de factores tanto locales como nacionales, planteados en términos de dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos que enmarcan y caracterizan las acciones individuales, colectivas y públicas, las modalidades mismas de la construcción de estas IG muestran que se puede llegar a situaciones muy diversas. Dependiendo de las voluntades y capacidades de los actores, se puede tomar así dos vías diferentes: un proyecto de apropiación privada, que instrumentaliza el patrimonio al mismo tiempo que le quita su esencia; o un proceso inscrito en una pluralidad de acciones y de tiempos, basado en la institucionalización y valorización de la dimensión patrimonial y colectiva del producto. En los casos estudiados, se destaca la tensión entre estos dos modelos ideales, reflejada en la confrontación de una multiplicidad de motivaciones, intereses y asimetrías de poder, que se deshacen o al contrario se hacen o reafirman durante el proceso de calificación.

Palabras-clave: quesos tradicionales, patrimonialización, calificación territorial, indicación geográfica, denominación de origen, marca colectiva.

ABSTRACT

FROM RHETORIC TO PRACTICE OF THE HERITAGE: QUALIFICATION PROCESSES OF TRADITIONAL MEXICAN CHEESES

Thomas, Marie, François POMÉON

Traditional cheeses are part of the Mexican gastronomic and culinary culture, classified by UNESCO as World Intangible Cultural Heritage of Humanity. However, behind the discourses, these cheeses are, in fact, in danger of disappearing and with them the corresponding production systems. In this thesis, we explore the possibility of protecting and promoting traditional cheeses through geographical indications (GIs), from three empirical case study (queso Cotija from Sierra de Jalmich; queso de Bola de Ocosingo, and queso Crema from Coast of Chiapas). We questioned the ability of territorial qualification processes to mobilize and involve local and extra-local actors, and to activate an endogenous development path. First, a contextual analysis, including cheese sector and means of protection and enhancement of traditional products, is realized. Then the attention is focused on local arenas where qualification processes take place, following interviews with cheese makers, academics, officials, etc. A theoretical reflection on the notions of territorial qualification and heritage status, as forms of collective action in local production systems, guides our analytical framework. In this way, we characterize and analyze the local cheese production systems and the construction of collective marks based on the GIs model. We show that this construction does not necessarily focus on territorial development and protection of local collective heritage. Under the influence of different local and national factors, rose in terms of institutional, cognitive and technical frameworks, which shape and characterize individual, collective and public actions, the modalities of construction of GIs show that it can reach very different situations. Depending on the will and capacities of the actors, it can take two different routes: it could be a project reduced to private ownership, using cultural heritage as a commercial instrument and at the same time removing its essence; or it could be a process based on multiple actions and times, and on the institutionalization and valuation of the product for its heritage and collective dimension. In the cases studied, we highlight the tension between these two ideal models, as reflected in the confrontation of many different motivations, interests and power asymmetries among participants, which are broken up or to the contrary are made reaffirmed during the qualification process.

Keywords: traditional cheese, heritage status study, territorial qualification, geographical indication, denomination of origin, collective trademark.

TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO 1	INTRODUCCIÓN GENERAL	17
1.1	Importancia del tema	18
	Breve reseña de las investigaciones sobre el queso en México	20
	Un interés reciente por los productos con calidad territorial	22
1.2	Planteamiento del problema.....	24
	La calificación territorial y la patrimonialización de los quesos mexicanos, al cruce de varios cuestionamientos y disciplinas.....	27
1.3	Problemática y Preguntas de investigación	29
	1.3.1 Ubicación de la problemática en el marco de los trabajos en economía institucional y economía territorial: integrar lo colectivo en la reflexión económica.....	29
	1.3.2 Planteamiento de la problemática de la calificación territorial: entre lo individual y lo colectivo	31
1.4	Hipótesis	34
1.5	Objetivos de la investigación.....	35
	1.5.1 Objetivos generales	35
	1.5.2 Objetivos específicos	36
CAPÍTULO 2	MARCO DE REFERENCIA	37
	Introducción del capítulo 2	38
2.1	Evolución y situación actual del sector lechero mexicano: dependencia y heterogeneidad	42
	2.1.1 Génesis y evolución del sector lechero y de sus diferentes componentes.....	42
	2.1.2 La situación actual del SLM: dualidad, informalidad y dificultades recurrentes.....	47
	2.1.2.1 Orientaciones de las políticas lecheras mexicanas de 1994 a 2009.....	47
	2.1.2.2 Internacionalización del SLM: consecuencias de la liberalización del mercado	50
	2.1.2.3 Los actores de la producción de leche en México: diversidad de los sistemas de producción.....	56
	2.1.3 Perspectivas para la producción de leche en México	62
2.2	La agroindustria lechera y quesera	69
	2.2.1 Presentación general de la agroindustria lechera.....	69
	2.2.1.1 Concentración de las empresas.....	69
	2.2.1.2 Un esfuerzo particular para mejorar la calidad.....	71
	2.2.1.3 Control de las cadenas alimenticias por los supermercados.....	73
	2.2.1.4 Evolución de la repartición de la producción	73
	2.2.1.5 El papel de Liconsa en el SLM.....	74
	2.2.2 El sector quesero en México	75
	2.2.2.1 Grandes rasgos de la producción y del consumo de quesos en México	75
	2.2.2.2 Las principales empresas productoras de queso en México y canales de distribución	77

2.2.2.3	Un sector quesero mal conocido y en gran parte informal.....	81
2.2.3	Quesería artesanal, informalidad, y tradiciones queseras en México	82
2.2.3.1	De la noción de informalidad a una propuesta de definición de la quesería artesanal y tradicional	82
2.2.3.2	De la importancia de las unidades informales en la quesería mexicana	85
2.2.3.3	Fuerzas y debilidades de la quesería informal en México.....	86
2.2.3.4	Perspectivas para la quesería informal y oportunidades para los quesos artesanales y tradicionales	88
2.2.4	Especificidades de la producción quesera en el Trópico mexicano	91
2.2.4.1	La relación entre la producción quesera y la lechería tropical.....	91
2.2.4.2	Características de la AIQI en el Trópico mexicano	93
2.2.5	Consumo y mercado de quesos: oportunidades y amenazas para los quesos mexicanos	95
2.2.5.1	Situación y perspectivas del consumo de quesos en México.....	95
2.2.5.2	El potencial del mercado nostálgico para los productos mexicanos.....	103
2.2.5.3	El “queso migrante”: perspectivas para los quesos mexicanos en Estados Unidos	104
2.2.5.4	Los quesos tradicionales mexicanos: ¿un potencial inexplorado?.....	107
2.3	Análisis del marco legal y administrativo en torno a los quesos tradicionales	109
2.3.1	Normalización y reglas sanitarios para la producción de quesos en México.....	109
2.3.1.1	Histórico de la normalización en el sector lechero mexicano	109
2.3.1.2	¿Hacia una acentuación de las exigencias normativas?.....	112
2.3.1.3	Para un análisis crítico del esquema normativo del SLM	113
2.3.1.4	La agroindustria quesera informal frente a la administración sanitaria y al manejo del riesgo sanitario	115
2.3.1.5	Trayectoria tecnológica del sistema lácteo mexicano.....	119
2.3.2	Políticas e instrumentos para la protección y valorización de los quesos tradicionales. Las indicaciones geográficas en México	124
2.3.2.1	Políticas de apoyo a las microempresas y al sector artesanal	124
2.3.2.2	El marco legal e institucional de las indicaciones geográficas en México: de los convenios internacionales a los dispositivos nacionales.....	126
2.3.2.3	Requisitos para la obtención de una denominación de origen y de una marca colectiva	130
2.3.2.4	Congruencia del marco legal e institucional mexicano para la protección de productos tradicionales.....	133
2.4	Conclusiones del capítulo 2.....	138
CAPÍTULO 3 MARCO TEÓRICO		142
3.1	Introducción del capítulo 3.....	143
3.2	De la economía de los territorios a la noción de activación de los Sistemas Agroalimentarios Localizados.....	145

3.2.1	Emergencia de la economía territorial	146
3.2.2	De relaciones que “constituyen sistema” entre agroindustrias rurales a los Sistemas Agroalimentarios Localizados.....	148
3.2.3	¿Cómo abordar un Sial?: recursos territoriales, coordinación e interacciones sociales	150
3.2.3.1	De los recursos específicos a los recursos territoriales.....	150
3.2.3.2	El recurso territorial como la interacción entre un objeto y una cadena productiva	151
3.2.3.3	De la coordinación en torno a los recursos a la coordinación como recurso	152
3.2.4	De la acción colectiva a las instituciones.....	153
3.2.4.1	Las diferentes formas de acción colectiva.....	153
3.2.4.2	Gobernanza de los recursos: ¿territorial o sectorial?	155
3.2.4.3	De la naturaleza institucional de un sistema productivo local.....	156
3.2.4.4	Formación de las instituciones y evolución de los sistemas locales	158
3.3	Cambios, evolución y desarrollo de un Sial: factores y mecanismos	161
3.3.1	Del carácter territorial de la innovación.....	161
3.3.2	Innovación y trayectoria de desarrollo: tipología de las dinámicas en sistemas productivos locales.....	161
3.3.2.1	Tipologías de los SPL y clústeres.....	162
3.3.2.2	Diversidad de las trayectorias de desarrollo en un SPL e interacción con su entorno	163
3.3.2.3	De la innovación a la activación	166
3.3.2.4	Indeterminación en la activación de un Sial.....	169
3.4	Replantear lo colectivo en economía: articulación de la noción de patrimonio con los Sistemas Agroalimentarios Localizados	170
3.4.1	Algunos elementos de críticas acerca del enfoque Sial	170
3.4.2	Anclaje territorial, encastramiento y Sial	172
3.4.3	Los Sial desde la perspectiva patrimonial	175
3.4.3.1	Algunos fundamentos sobre la noción de patrimonio	176
3.4.3.2	La dimensión patrimonial de un Sial	179
3.4.3.3	Patrimonio alimentario y patrimonialización de los productos alimenticios.....	181
3.4.3.4	De la patrimonialización a la calificación territorial de los alimentos.....	185
3.5	De la calidad a la calificación territorial de los productos alimentarios.....	187
3.5.1	Reflexión sobre el concepto de calidad en economía.....	187
3.5.1.1	La visión neo-clásica y la noción de “commodity”	187
3.5.1.2	De los intentos de corrección del modelo walrasiano del mercado a las convenciones de calidad	189
3.5.1.3	Aportes de la economía de las convenciones para el análisis de la calidad en economía.....	192

3.5.1.4	La construcción social de la calidad, entre historia individual y colectiva	197
3.5.1.5	La economía de la calidad	199
3.5.1.6	De la dimensión colectiva de un proceso de calificación	201
3.5.2	La calidad territorial de un producto agroalimentario	204
3.5.2.1	La noción de calidad específica	205
3.5.2.2	La calificación territorial de los productos agroalimentarios	207
3.5.2.3	Señal y calificación territorial	209
3.6	La calificación territorial desde la perspectiva de la construcción y del manejo de un bien común	213
3.6.1	La calificación territorial y la apropiación de un patrimonio colectivo	213
3.6.2	Indicaciones geográficas y provisión de un bien común	218
3.6.2.1	Las indicaciones geográficas y las nociones de bien público y bien colectivo	220
3.6.2.2	La construcción de una indicación geográfica: entre reglas, derechos y gobernanza	223
3.6.2.3	Aporte de la economía de las convenciones: lógicas, motivaciones y justicia en las indicaciones geográficas.....	228
3.6.2.4	De la negociación al consenso: modalidades de la construcción de la calidad.....	234
3.6.2.5	Pluralidad y complejidad en la construcción de una indicación geográfica.....	237
3.6.2.6	Factores de convergencia: los mediadores	240
3.6.2.7	¿Qué lugar para el consumidor en relación con una Indicación Geográfica?	240
3.6.3	Síntesis: elementos de análisis de la construcción de una indicación geográfica.....	242
3.7	Consecuencias de la calificación territorial para la trayectoria de desarrollo de un SIAL	244
3.7.1	La calificación territorial como factor de construcción territorial y consolidación de un Sial	244
3.7.2	Calificación territorial y reconfiguración del Sial.....	247
3.7.3	¿Cómo concebir las consecuencias de la construcción y del manejo de una indicación geográfica?	248
3.7.3.1	Del planteamiento de una indicación geográfica a sus consecuencias: dimensión política	249
3.7.3.2	Emergencia de nuevos dispositivos: el papel central de los saberes.....	251
3.7.4	Abordar los impactos de una IG de manera sistémica.....	253
3.8	Conclusiones del capítulo 3.....	259
CAPÍTULO 4 METODOLOGÍA.....		263
4.1	Para un estudio sistémico de los quesos tradicionales	264
4.2	¿Cuáles elementos se quieren analizar?	265
4.2.1	Grandes líneas y límites del diagnóstico Sial.....	265
4.2.2	Análisis del proceso de calificación territorial y de sus resultados e impactos.....	268
4.3	Un análisis comparativo: fundamentos y selección de los casos	269

4.4	Materiales y métodos.....	274
4.4.1	Entrevistas y encuestas realizadas	275
4.4.1.1	Entrevistas generales:	275
4.4.1.2	Queso Cotija	275
4.4.1.3	Queso Bola de Ocosingo.....	276
4.4.1.4	Queso Crema de Chiapas.....	277
4.4.2	Otras fuentes de información	278
4.4.3	Análisis de la información recolectada.....	279
CAPÍTULO 5	RESULTADOS.....	280
5.1	Preámbulo	281
5.2	El queso Cotija de la Sierra de Jalmich: de la conquista de México a la reconquista de un mercado	282
5.2.1	El sistema productivo de la Sierra de Jalmich y el queso Cotija	282
5.2.1.1	La Sierra de Jalmich, cuna y último santuario del queso Cotija	282
5.2.1.2	Del mestizaje natural y cultural: historia del queso Cotija.....	284
5.2.1.3	El queso “tipo Cotija”, o la historia de una usurpación.....	286
5.2.1.4	¿Qué es el queso Cotija?	288
5.2.2	La denominación de origen y la marca colectiva: una oportunidad para promover el desarrollo territorial de la Sierra de Jalmich	292
5.2.2.1	Primeros pasos e inicio del proceso de calificación	292
5.2.2.2	Extensión y difusión del proyecto: la PSJ y el proyecto de potencialización del patrimonio cultural de la Sierra de Jalmich.....	295
5.2.2.3	Hacia una indicación geográfica para el queso Cotija	299
5.2.3	Nuevos proyectos y actores: ¿entre oportunidades y oportunismo?.....	301
5.2.3.1	El papel de las entidades públicas: cooperación, freno y oportunismo político.....	301
5.2.3.2	El difícil reto de la comercialización: constitución y primeros pasos del Mesón	303
5.2.3.3	Ilusiones y desilusiones alrededor de un proyecto de exportación	307
5.2.3.4	La dinámica de la “Gran Alianza”: ¿reapropiación por los productores, o recuperación política?	310
5.2.3.5	Otros actores y proyectos alrededor de la calificación y valorización del Queso Cotija	314
5.2.3.6	De la marca colectiva a la norma mexicana: ¿rumbo a la denominación de origen?	316
5.2.4	Síntesis del proceso de calificación del queso Cotija	319
5.2.4.1	Situación actual de los ranchos de producción de queso Cotija	320
5.2.4.2	Entre incertidumbres y esperanzas: perspectivas para el queso Cotija.....	322
5.2.5	Conclusiones sobre el proceso de calificación del queso Cotija	324
5.3	El queso Bola de Ocosingo: emergencia y apropiación de un producto local	326

5.3.1	Presentación del sistema productivo lechero y quesero en Ocosingo	326
5.3.1.1	Ocosingo, en los márgenes de México	326
5.3.1.2	Del enclave ladino al levantamiento zapatista: historia y transformaciones de la producción de leche y queso.....	329
5.3.1.3	¿Qué es el queso Bola de Ocosingo?: calidad específica y anclaje territorial.....	333
5.3.2	La construcción de la marca colectiva “Queso Bola de Ocosingo – Chiapas”	337
5.3.2.1	De la iniciativa a la marca colectiva.....	338
5.3.2.2	Estrategias definidas tras la obtención de la MC del Queso Bola de Ocosingo: hacia la uniformización y nuevas modalidades apropiación del queso Bola de Ocosingo.....	341
5.3.3	Síntesis del proceso de calificación del queso Bola de Ocosingo.....	346
5.3.3.1	Situación de las queserías de Ocosingo productoras de queso Bola	346
5.3.3.2	¿Un proceso acabado?	348
5.3.4	Conclusiones sobre el proceso de calificación del queso Bola de Ocosingo.....	350
5.4	El queso Crema de la Costa de Chiapas: hacia un reconocimiento oficial	353
5.4.1	Presentación del sistema productivo quesero en la Costa de Chiapas.....	354
5.4.1.1	La Costa de Chiapas: entre mar y montaña, una economía ganadera.....	354
5.4.1.2	Una cuenca lechera y quesera importante en el contexto estatal	355
5.4.1.3	Conformación del sector lechero y quesero en la Costa de Chiapas	356
5.4.1.4	De la afirmación de la actividad lechera y quesera en la economía costeña.....	358
5.4.1.5	El queso Crema, producto emblemático de la Costa de Chiapas.....	362
5.4.2	De la activación de los recursos al mercado: acciones colectivas para un desarrollo individual de las queserías	368
5.4.2.1	Inicio del proceso de calificación del Queso Crema de Chiapas.....	368
5.4.2.2	Primeros pasos en la conformación de una organización y de una marca colectiva para el queso Crema de Chiapas	369
5.4.3	Síntesis del proceso de calificación del queso Crema de Chiapas.....	372
5.4.3.1	Situación de las queserías de la Costa de Chiapas	373
5.4.3.2	Perspectivas y retos para la MC del queso Crema de Chiapas.....	376
5.4.4	Conclusiones sobre el proceso de calificación del queso Crema de Chiapas.....	380
CAPÍTULO 6	DISCUSION: ANÁLISIS COMPARATIVA DE LOS TRES CASOS EN ESTUDIO.....	382
	Introducción del capítulo 6	383
6.1	Un marco desfavorable para la calificación y patrimonialización de los quesos tradicionales	386
6.1.1	Limitantes y potencialidades del marco regulatorio de las denominaciones de origen y marcas colectivas	386
6.1.1.1	Falta de recursos, instrumentos y procedimientos para la regulación de las IG	387
6.1.1.2	Ventajas y límites del marco regulatorio de las denominaciones de origen y marcas colectivas.....	389
6.1.1.3	Visión dominante de las IG en la administración federal mexicana	392

6.1.1.4	De la falta de cultura institucional al desconocimiento general de las IG en la sociedad mexicana	396
6.1.1.5	Iniciativas para el reforzamiento de las IG en México	400
6.1.2	Limitantes inherentes al marco regulatorio sectorial de los quesos mexicanos	401
6.1.2.1	La problemática de la adulteración y la calificación de los quesos tradicionales ...	402
6.1.2.2	Desregulación y confusiones alrededor del uso de las denominaciones queseras	404
6.1.2.3	Controversias alrededor de la denominación de origen del Queso Cotija	406
6.1.3	La problemática sanitaria: debates alrededor de diferentes concepciones de la calidad	409
6.1.3.1	Las relaciones entre los productores y las autoridades sanitarias.....	409
6.1.3.2	Cuando un atributo de calidad se vuelve una herramienta de control: la pasteurización y el sector quesero en México	411
6.1.3.3	La obligación de la pasteurización: una amenaza para los quesos tradicionales ...	414
6.1.3.4	Algunos elementos para un replanteamiento de la normatividad	416
6.2	Calificación y patrimonialización de los quesos mexicanos: una construcción colectiva, entre complementariedad y confrontación	419
6.2.1	Situación previa a los procesos de calificación.....	419
6.2.2	Conformación de las arenas para la construcción de las IG.....	421
6.2.2.1	Queso Cotija	422
6.2.2.2	Queso Bola de Ocosingo.....	424
6.2.2.3	Queso Crema de Chiapas.....	425
6.2.2.4	Enseñanzas generales.....	427
6.2.3	Diferentes lógicas e intereses en interacción.....	430
6.2.3.1	Queso Cotija	430
6.2.3.2	Queso Bola de Ocosingo.....	437
6.2.3.3	Queso Crema de Chiapas.....	441
6.2.3.4	Enseñanzas generales sobre las lógicas en acción en la construcción de IG	443
6.3	Resultados e impactos de los procesos de calificación	453
6.3.1	La emergencia de nuevas reglas operacionales: derechos, inclusión y exclusión	453
6.3.2	Adecuación de las reglas con la realidad: dispositivos cognitivos y técnicos	457
6.3.3	Distribución de los costos de la construcción de una IG	460
6.3.4	Las dimensiones personales de la acción colectiva de calificación: apropiación y mediación	463
6.3.4.1	Involucramiento, liderazgo y apropiación de las IG por parte de los productores .	463
6.3.4.2	Factores de estabilidad e inestabilidad en las IG: articulaciones y mediaciones....	466
6.3.5	Perspectivas y retos para la calificación de los quesos tradicionales	470
6.3.5.1	La dificultad de integrar una perspectiva de cadena	470
6.3.5.2	La dificultad de integrar una perspectiva territorial en la construcción de una IG.	479

6.3.6 ¿Las IG, instrumentos de desarrollo?: dos dinámicas de construcción de IG diferentes	483
6.4 Conclusiones del capítulo 6.....	486
CAPÍTULO 7 CONCLUSIONES GENERALES.....	488

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: principales empresas involucradas en la producción de queso en México (fuente: CFCE, 2003, y sitios internet de las empresas).....	78
Tabla 2: evolución de los precios al productor de diferentes tipos de quesos, en pesos corrientes (elaboración propia con datos del Boletín de Leche de marzo 1999 y diciembre 2008).....	99
Tabla 3: índice de precio al productor en diciembre 2008 (con base 100 en diciembre 2003) (fuente: Banco de México).....	99
Tabla 4: Algunos datos sobre los precios a la venta de diferentes tipos de quesos y/o en diferentes regiones.....	100
Tabla 5: fundamentos y formas de coordinación asociados a las diferentes convenciones de calidad (elaboración propia).....	195
Tabla 6: clasificación de los bienes en economía pública.....	220
Tabla 7: los diferentes tipos de justificación de las IG (elaboración propia, a partir de Sylvander <i>et al.</i> , 2005).....	230
Tabla 8: Principales elementos de caracterización los Sial queseros.....	267
Tabla 9: Algunos elementos sobre la diferencia entre los 3 Sial queseros seleccionados.....	271
Tabla 10: Principales recursos potencialmente incorporados en un queso tradicional.....	273
Tabla 11: Composición y características promedias del queso Cotija a tres meses de añejamiento (fuente: Chombo, 2008b).....	289
Tabla 12: Evolución de la actividad ganadera en los ranchos del Potrero de Herrera (zona de la Sierra de Jalmich), 1960-1997 (fuente: Barragán y Chávez, 1998).....	292
Tabla 13: Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del proceso de calificación del queso Cotija.....	325
Tabla 14: Peso y composición del queso Bola de Ocosingo (según las reglas de uso de la MC Queso Bola de Ocosingo, Chiapas).....	335
Tabla 15: Fuerzas, debilidades, oportunidades y amenazas del proceso de calificación del queso Bola de Ocosingo.....	352
Tabla 16: Composición del queso crema de Chiapas (los tres primeros provienen de análisis propios los siguientes de Villegas, 2004).....	363
Tabla 17: Fuerzas, debilidades, oportunidades y amenazas del proceso de calificación del queso crema en la Costa de Chiapas.....	281
Tabla 18: número total de muestras realizadas (TOT) por el Instituto de Salud de Chiapas, en todo el estado, y proporción de muestras fuera de especificación (%FE) y dentro de especificación (%DE) (fuente: Instituto de Salud de Chiapas).....	414
Tabla 19: Los principales actores de la construcción de la IG del queso Cotija.....	423
Tabla 20: Los principales actores de la construcción de la IG del queso Bola de Ocosingo.....	425
Tabla 21: Los principales actores de la construcción de la IG del queso crema de Chiapas.....	426
Tabla 22: Las principales motivaciones para la construcción de IG (elaboración propia, partir de Poméon y Fournier, 2010).....	444
Tabla 23: Articulación entre las diferentes motivaciones en los procesos de calificación de 3 quesos tradicionales (elaboración propia).....	450
Tabla 24: Evolución de las reglas operacionales para el uso de la denominación quesera.....	454
Tabla 25: Evolución de las reglas operacionales para el uso de la denominación quesera del queso Bola de Ocosingo.....	454

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: evolución de la producción de leche de vaca e importaciones de lácteos en México de 1961 a 2007 (en toneladas métricas) (fuente: FAOSTAT, 2009)	44
Figura 2: evolución de la participación de las importaciones (total lácteos en equivalente leche) en cuanto a la producción de leche y las disponibilidades total de leche en México de 1961 a 2008 (fuente: elaboración propia con datos de FAOSTAT, 2009)	44
Figura 3: evolución de las importaciones de queso en México por fracción arancelaria (fuente: elaboración propia con datos de Boletín de Leche-SIAP, Información Pecuario-CNOG y Lactodata) ..	52
Figura 4: Participación de las importaciones de queso en cuanto a la producción nacional y al consumo aparente total de queso de 1961 a 2008 (elaboración propia con datos FAOSTAT, 2009 y SIAP, 2008)	54
Figura 5: Participación de las importaciones de quesos en las importaciones totales de lácteos, en equivalente leche entre 1990 y 2008 (elaboración propia con datos FAOSTAT, 2009, y SIAP, 2008) ..	54
Figura 6: evolución de la estructura de la producción de leche por sistema productivo (especializado=intensivo)	61
Figura 7: consumo anual per cápita de leche (excluyendo mantequilla) en México, en Kg. De 1961 a 2003 (elaboración propia con datos de FAOSTAT, 2009)	64
Figura 8: Unidades económicas manufactureras en la rama de elaboración de leche y derivados lácteos (INEGI, 2008)	70
Figura 9: repartición de la leche según su destino en 1999 (fuente: FIRA con datos de SAGAR, INEGI y USDA, citado por Castro et al., 2001)	74
Figura 10: Producción de queso (ton.) en México por tipo de quesos, 1997-2008 (elaboración propia con datos de SIAP, 2008)	76
Figura 11: consumo aparente anual per cápita de queso en México, en Kg. (elaboración propia con datos de FAOSTAT, 2009, y SIAP, 2008) (Nota: no incluye la producción informal)	76
Figura 12: consumo aparente anual total de queso en México entre 1993 y 2008, en t., en función del origen del queso (elaboración propia con datos de FAOSTAT, 2009, y SIAP, 2008)	77
Figura 13: repartición de los hogares en función del lugar de compra de queso en el estado de Hidalgo (fuente: INIFAP, 2005)	80
Figura 14: Repartición del consumo de la leche por tipos de productos en 1999 (fuente: Castro et al., 2001)	96
Figura 15: gasto monetario promedio trimestral (miles de pesos) por hogar en derivados lácteos según el nivel de ingresos (elaboración propia con datos de ENIGH, 2006)	97
Figura 16: proporción de hogares que realizan gastos en derivados lácteos según su nivel de ingresos (elaboración propia con datos de ENIGH, 2006)	97
Figura 17: evolución de los precios al productor de diferentes tipos de quesos, en pesos corrientes (elaboración propia con datos del Boletín de Leche de marzo 1999 y diciembre 2008)	98
Figura 18: SIAL: ortogonalidad territorio-cadena productiva (Boucher, 2003)	149
Figura 19: la noción de recurso según Kébir (2006) (elaboración propia)	152
Figura 20: Normas sociales, reglas y organizaciones para la coordinación del comportamiento humano (World Bank, 2003)	157
Figura 21: la trayectoria de desarrollo del Sial de Cajamarca (Boucher, 2006a)	167
Figura 22: El ciclo del Sial de Cajamarca (Boucher, 2009b)	168
Figura 23: El proceso de anclaje territorial – propuesta de un modelo (Frayssignes, 2005)	174
Figura 24: Esquematización de la sucesión de diferentes convenciones de calidad en la cadena productiva de café de calidad estándar (tipo Robusta) (elaboración propia a partir de Ponte y Gibbon, 2005)	196
Figura 25: Modelización de la apropiación colectiva de recursos patrimoniales (elaboración propia, inspirada por LRDE, 2008)	215
Figura 26: Imbricación de los diferentes niveles de reglas y derechos asociados a la construcción y manejo de las IG en México (elaboración propia)	225

Figura 27: Relación entre Sial y Calificación Territorial (elaboración propia) 245

Figura 28: Número de queserías por municipio en la Costa de Chiapas y repartición de la producción de leche por municipio (elaboración propia) 277

Figura 29: Zona de producción del queso Cotija definida por las reglas de uso de la Marca Colectiva queso “Cotija región de origen” (Fuente: Colegio de Michoacán, 2003 283

Figura 30: El queso Cotija y sus imitaciones..... 287

Figura 31: Evolución del precio promedio al productor del queso Cotija entre 2000 y 2008 (en \$/Kg.) (elaboración propia) 320

Figura 32: Mapas de localización del municipio de Ocosingo, Chiapas 327

Figura 33: Vegetación y uso de suelo en el municipio de Ocosingo (fuente: Solórzano, 2008) 328

Figura 34: quesos Bola de Ocosingo..... 334

Figura 35: localización de la Costa de Chiapas (Fuente: <http://chiapas2010.com/services.html>) 354

Figura 36: Tipos de quesos producidos en la Costa de Chiapas en porcentaje (Fuente: DISIPROLTH, 1988, citado por Olivares, 1990) 359

Figura 37: Un queso de crema de la Costa de Chiapas 362

Figura 37: Unos quesos de crema después del prensado 364

CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN GENERAL

1.1 Importancia del tema

Los quesos tradicionales¹ han sido considerados y estudiados en países con fuerte y reconocida tradición quesera, como Francia o España. Sin embargo, las tradiciones queseras muy vivas y fuertes de muchos países han sido durante muchos años casi ignoradas. Es en particular el caso de América Latina: en Brasil (cf. por ejemplo los trabajos de Cerdan y otros sobre los quesos de Gloria y del Segirpe), en Perú (cf. los trabajos de F. Boucher), en Costa Rica (cf. los trabajos de Blanco y Cascante sobre el queso Turrialba), en Argentina (cf. el caso del queso Tandil), y en México (cf. trabajos de Villegas y de Cervantes *et al.*).

Esta casi “invisibilidad” de los quesos tradicionales en los estudios puede explicarse por dos razones. Primero la tradición quesera en América Latina fue importada por los colonizadores europeos, y por lo tanto no se considera como algo típico de América, al contrario del cacao, la yuca, o el guanaco. Pero eso no es una razón suficiente: ciertos productos importados en las Américas son vistos ahora hoy como típicos y tradicionales, como el café de Colombia o la carne bovina argentina. Lo que ocultó la tradición quesera es más bien que el queso es un producto de la vida cotidiana de los americanos, algo que no se exporta, que no simboliza un país, una región, una cultura, que no se reivindica como marcador de identidad. Se produce y se consume cada día, en toda discreción, y es por tanto parte de la vida que no ha llamado la atención. En economías orientadas a la exportación de productos brutos, las producciones locales no despertaron mucho interés. Faltó que algún grupo social (sea profesional, o político), algún gastrónomo (al estilo de un Brillat-Savarin), o algún escritor eleve este producto al rango de patrimonio, de algo digno de interés. Además, las promesas e ilusiones, llevadas por el modelo de desarrollo dominante en la segunda parte del siglo XX, conducían a ver el futuro de la agricultura a través de la mirada de la Revolución Verde, y el sector agroalimentario a través la industrialización y estandarización. En este contexto, los productos tradicionales eran vistos más bien como una remanencia del pasado, del “retraso”, que el progreso iba a incorporar o eliminar poco a poco.

En el caso particular de los quesos mexicanos, la difusión del llamado “modelo Holstein” en la producción de leche ha sido acompañado de la emergencia de grandes agroindustrias lácteas, organizadas según un paradigma industrial y dedicadas a productos estandarizados (leche UHT, algunos tipos de quesos pasteurizados, leche en polvo, y otros). Sin embargo, algunas cuencas

¹ Se usará en este trabajo el término de “queso tradicional” para los quesos producidos artesanalmente, cuya fabricación representa una tradición anclada históricamente en un lugar dado, reconocida por los habitantes de la región y/o del país. A menudo se asocian también a una tradición de uso, vinculada las costumbres de los consumidores locales. Por lo tanto, se tratan de productos con ciertos atributos asociados a su anclaje histórico en el territorio.

lecheras han resistido esos cambios. No solamente por ser inadaptables al modelo Holstein, pero también porque el arraigo de sus tradiciones queseras se oponía la fuerza del patrimonio, de la identidad, a las fuerzas globalizadoras. Pero esa resistencia cada vez es más difícil, la globalización y su modelo de producción y consumo alcanzan día tras día nuevos espacios. Las formas de consumo del queso en México (en general fresco, y mezclado con otro alimento) facilitaron la sustitución de los quesos genuinos por quesos más industriales e insípidos; la pobreza de muchos consumidores, así como la falta de información y de regulación de los mercados hizo el resto. Así, en México como en otras partes del mundo, muchos quesos tradicionales amenazan con desaparecer, o ser apropiados y modificados por industriales y distribuidores (lo que equivale al fin a su desaparición). No se trata solamente de la pérdida de unos productos gastronómicos, sino también de sistemas productivos, de estilos de vida que los sustentan y están estrechamente asociados con ellos.

El queso en México es un producto al principio colonial, y luego criollo y mestizo, en el sentido que es un representante emblemático del proceso de sincretismo europeo-indígena en el cual se basa la construcción del país. Así se asocia en particular con las sociedades rancheras, principales actores de la colonización del país y centrales en los mitos fundadores de la nación y de la cultura mexicana (Barragán, 1994). En este sentido, el queso es un verdadero elemento del patrimonio mexicano, además de ser el motor de muchas economías regionales.

A pesar de eso, fue durante muchos años casi ignorado por la sociología, y antropología rural y alimentaria mexicana. En un ámbito de revalorización y reivindicación de la cultura indígena en México (especialmente desde los años 60), el queso no constituía un producto tradicional de interés como el maíz y sus centenares de variedades criollas. Al contrario, es un producto sinónimo de colonización, de la identidad europea, que acompañó la instalación de los monasterios, el avance del frente de colonización con sus haciendas, sus ranchos, y la violencia que ha podido caracterizar esa “conquista ordinaria” (Cochet, 1991). De la misma forma que los rancheros no interesaron mucho a los investigadores, el queso sería relegado al margen, no teniendo un interés ni económico ni sociocultural para la mayor parte de los investigadores.

En la vida cotidiana mexicana, los usos alimentarios implican una gran diversidad de queso, que amenizan de manera más o menos determinante las comidas. Y no se tratan de cualquier platillo, sino de unos de los más importantes tanto en términos de consumo como de simbología cultural. Unas enchiladas sin queso parecerían incompletas, y el chile relleno con queso es parte de muchos momentos festivos. Una buena “botana” requiere también la presencia de cubitos de quesos; a tal punto que en los últimos años se desarrolló con mucho éxito la producción de queso “botanero”. Incluso algunas preparaciones típicas de la comida cotidiana del mexicano se constituyen a partir de

la palabra queso: las famosas quesadillas, y sus sin número de versiones, constituyen uno de las comidas más emblemáticas de la gastronomía mexicana. Es entonces sorprendente que los quesos mexicanos no hayan despertado más interés. Sin embargo, sería incorrecto afirmar que no se disponen de estudios, algunos de ellos con mayor profundidad analítica, que empezaron a analizar la actividad quesera en México, especialmente desde la década de los noventa.

Breve reseña de las investigaciones sobre el queso en México

Las investigaciones sobre el sector quesero mexicano trataron en general de cuestiones generales, que abarcaban el conjunto de la cadena leche (o lo que en México se denominan el sistema producto bovino-leche), a nivel nacional (Del Valle, 2000; Castro *et al.*, 2001; PROMAR, 2002; CFCE, 2003; Mariscal *et al.*, 2004) o regional (Álvarez, 1994b; CCDER, 2004; INIFAP, 2005; Muñoz *et al.*, 2003; Andrés A., 1996). Muchos de estos estudios tenían un fin normativo más o menos explícito, proponiendo un diagnóstico destinado a elaborar programas/políticas de fomento y de desarrollo agropecuario y rural. En este contexto el queso fue abordado desde una perspectiva económica y comercial, en la cual su función principal era dar salida a la leche; es decir ofrecer una oportunidad para la ganadería lechera. De tal forma la quesería era casi exógena en esos estudios; no importaba por sí misma, sino más bien por ser una opción productiva. Se dejaba de lado las oportunidades y amenazas propias de este sector. En los trabajos más orientados hacia el análisis de posibilidades de negocio, se consideraba a la actividad quesera como cualquier otra producción industrial estándar, indiferente al contexto territorial. Los quesos tradicionales, vinculados en general con el sector informal y artesanal, a menudo no se tomaban en consideración en esos estudios.

Algunos centros de investigación y académicos estadounidenses trabajaron sobre la producción de quesos mexicanos. Los industriales también se interesaron en esos quesos, con la intención de fomentar la producción de quesos estilo “hispanos” para aprovechar el importante mercado de los migrantes latinos (Path, 1991). Sin embargo, existió y sigue existiendo todo un sistema informal e ilegal de importación de quesos mexicanos en EE.UU., destinados a la población migrante (Matus, 2007). Pues hay características difícilmente imitables del queso mexicano, y entre ellas una que nunca se podrá imitar: que el queso provenga de la tierra donde uno pasó parte de su vida o de su niñez, de donde provienen sus antepasados. Esta identidad del producto le da una calidad simbólica inimitable, trascendental y patrimonial. Pero existe sin embargo un riesgo de imitación, de instrumentalización y usurpación de la reputación del queso, que puede conducir a una apropiación del patrimonio quesero mexicano para algunos actores agroindustriales nacionales y/o extranjeros.

En la temática de los quesos mexicanos también se encuentran trabajos de tesis, en general de licenciatura o maestría (que sea de ingenieros agroindustriales o químicos), pero con una visión centrada en un aspecto técnico bien circunscritos y a menudo demasiado reduccionistas y descontextualizados, (véase los trabajos de Flores A., 1996, Pérez L., 2004, y Romero, 2007). Dejan a menudo de lado la complejidad de los quesos tradicionales y de su problemática, por interesarse en un aspecto muy particular (por ejemplo la microbiología). Por lo tanto llegaron a resultados en desfase con la realidad, lo cual causa problema cuando hacen recomendaciones bastante radicales; pues estos trabajos más bien remitían a defender una postura tomada *ex ante* y que consistía a decir: los quesos con leche cruda (y su micro flora natural) son malos *per se*, es necesario pasteurizar, lo cual resolverá los problemas sanitarios de los quesos. Estos trabajos pueden desembocar luego en publicaciones, que padecen de la misma visión reduccionista y escasamente contextualizada y problematizada (Alcázar *et al.*, 2006; González *et al.*, 2007).

Pocas veces se dio énfasis en los quesos mexicanos por su dimensión no sólo económica pero también social, cultural e incluso política. Los trabajos de Villegas (1996 y 2004, más varios reportes de estudios) fueron entre los primeros en México en ofrecer una mirada más completa y sistemática sobre la quesería nacional. En esta misma dinámica se ubicó el libro de Cervantes *et al.* (2008), que propusieron un inventario de la diversidad quesera en el país e insistieron en el valor cultural de la quesería mexicana. También se puede asociar a esa línea de trabajo los diferentes estudios realizados en la UAEM, principalmente alrededor de los trabajos de Angélica Espinoza y colaboradores (Espinoza *et al.*, 2008; Contreras, 2007), y los trabajos de Cesín (Cesín *et al.*, 2007). Estos trabajos desarrollaron una visión sistémica de la producción de quesos artesanales, movilizándolo en particular el enfoque de Sistemas Agroalimentarios Localizados. Se enmarcaron así en la reconsideración de los productos alimentarios tradicionales, locales, que se han desarrollado en América Latina, especialmente desde la década de los noventa, que desembocó en la producción de nuevos trabajos alrededor del tema de la calidad territorial.

Se realizaron también varios trabajos centrados sobre la problemática de la calificación de los quesos tradicionales y los sistemas productivos correspondientes. El caso del queso Cotija, pionero de ese movimiento en México, fue estudiado por varios académicos, desde varias perspectivas, destacándose los trabajos de Barragán (1998, 2003), Chombo (2005) y Quirasco y sus colaboradores (2009). Linck realizó también varias contribuciones, en torno a la problemática de la calificación y de la patrimonialización de los quesos mexicanos (Linck, 2006). Dentro de esos tipos de trabajo se puede también incluir el de Guzmán (2004) sobre el queso añejo de Zacatecas y su inserción en redes socioeconómicas, y sus representaciones, al cruce entre diferentes espacios (debido a su papel en la

relación entre población local y los que emigraron). Es dentro de esa problemática, al cruce de los temas de calidad, calificación, patrimonialización y desarrollo territorial, que se ubica el presente trabajo.

Un interés reciente por los productos con calidad territorial

Desde el siglo XIX, el sector agroalimentario ha conocido cambios significativos en términos de regímenes de mercado². De una predominancia del régimen mercantil, definido por la cercanía entre productores y consumidores y por bienes “naturalmente” diferenciados en función de su origen, se pasó a un régimen industrial, caracterizado por la estandarización y la creación de normas oficiales, bajo los esfuerzos conjugados de la industria y del Estado (Allaire y Daviron, 2006). En el caso de México, como de hecho en la mayor parte de los países del continente y del mundo, se ha impuesto a lo largo de los años una visión de la calidad de los alimentos basada en la noción de estándar (vinculada con el régimen de mercado industrial), privilegiando la uniformización de los productos e insistiendo sobre los aspectos sanitarios. Esa visión consensuada entre el Estado y las grandes agroindustrias ha ejercido una presión selectiva entre los diferentes productos y sistemas productivos. Así, la difusión del modelo industrial e higienista de la calidad acompañó el desempeño de las grandes agroindustrias y la concentración del sector, y marginalizó las producciones tradicionales, cuya calidad se asociaba a menudo con un territorio.

Pero nuevas preocupaciones alrededor de la producción agropecuaria y alimenticia están transformando otra vez el régimen de mercado, y la relación entre el sector agroalimentario y la sociedad. Medio ambiente, calidad sanitaria, calidad organoléptica, justicia social, y calidad cultural³ son reivindicaciones del consumidor y problemáticas cada vez más presentes, e implican una reflexión acerca de las condiciones de producción y comercialización de los alimentos. Allaire y Daviron (2006) hablaron de la emergencia de un régimen de mercado mediático, caracterizado por una demanda cada vez más diferenciada (que incentiva por lo tanto una diferenciación de la oferta), un predominio de los eslabones de abajo de la cadena y la importancia de la opinión (pública y privada).

² Allaire y Daviron (2006) caracterizaron los regímenes de mercado por “*la estructuración geopolítica de los intercambios, las formas de integración de los mercados que los sostienen y el tipo de actores de esa integración*”. Se componen de formas de regulación internas (contratos) y externas (convenciones de calidad legítimas).

³ La calidad cultural remite a la identificación de un producto con una cultura, o en otros términos en la inserción de una cultura en un producto, en el cual son incorporados saberes locales, valores y representaciones. Podríamos también hablar del carácter tradicional de un producto, cuando se enfoca la atención sobre ciertas prácticas de producción y consumo, que son parte de la cultura, de las tradiciones de un grupo determinado. La calidad cultural toma cada vez más importancia en sociedades urbanas que procuran mantener a través de su alimentación un vínculo con la cultura rural de sus antepasados o de su niñez.

En este régimen, la calidad de un producto ya no se define solamente como un estándar, sino que es multidimensional e involucra muchos atributos (Fischler, 1990). De hecho, la calidad no encara en una definición que la asimila en una característica neutral y objetiva de un producto, lo que condujo a los economistas a interesarse en la “economía de la calidad” (Nicolas y Valceschini, 1994; Allaire, 2002; Coestier y Marette, 2004, Ponte y Gibbons, 2005). Coestier y Marette (2004: 24) definieron la calidad *“en relación con cualquier característica, soporte de la diferenciación de los productos, y objeto de una valorización por una cierta parte de los consumidores”*; esta cita ilustra el carácter ambiguo de la noción de calidad, que da lugar a muchas interpretaciones y es asociada a una multiplicidad de elementos (materiales o no). Tal constatación se aplica en particular para los alimentos tradicionales.

En los últimos años ha emergido en América Latina un interés creciente para los productos locales, en particular los alimentos, cuyos atributos de calidad específicos han sido destacados. Como en otras partes del mundo, la globalización y la industrialización han conllevado como reacción una preocupación creciente para los productos tradicionales y regionales. Este movimiento tiene varias dimensiones, cada una revela un aspecto particular de los alimentos tradicionales. Son a la vez una respuesta a los problemas sanitarios vinculados con los productos industrializados (vaca loca, leche con melanina, obesidad, etc.), una reacción frente a la crisis social y ambiental desencadenada por los sistemas de producción intensiva (y los modos de consumo asociados), y una necesidad para las sociedades de crear o recrear vínculos fuertes, a través de productos que simbolizan una identidad común, una historia compartida. Estas diferentes dimensiones pueden ser articuladas alrededor de un mismo concepto, el de calidad, que abarca temáticas a la vez relacionadas y muy diferentes: calidad nutricional y sanitaria, calidad ambiental y calidad de vida (para los productores), calidad simbólica e identitaria. Una manera de enfocar los alimentos tradicionales ha sido entonces interesarse en la calidad, en sus diferentes dimensiones. Se constató así que la calidad no era algo fijo ni objetivo, sino que resultaba de una construcción social compleja. Fue de esta manera que surgió el concepto de proceso de calificación, que aborda la cuestión de la definición y del manejo de la calidad, dentro de interacciones sociales. La valorización de los productos tradicionales ha sido entonces abordada desde la perspectiva de los procesos de calificación territorial, que aluden al hecho que la calidad de tales productos tiene un arraigo territorial significativo.

A fin de cuentas, la transición entre un régimen de mercado industrial y un régimen mediático se ha acompañado de la emergencia de nuevos modos de regulación de los mercados de alimentos, que se suman o se confrontan a una regulación de tipo fordista (característica de un régimen de mercado industrial). La calificación territorial de los productos es una ilustración de estos nuevos modos de

regulación. Puede constituir una oportunidad para la inserción y la valorización de ciertos productos alimenticios tradicionales en el mercado, de particular importancia para territorios marginados, con baja competitividad (costos altos, aislamiento físico y relacional, etc.). En efecto, si es reconocida y valorizada, la calidad específica de esos productos puede generar ventajas comerciales, en términos de diferenciación y precio, generando una renta de calidad territorial (Lacroix *et al.*, 2000; Mollard, 2001). Pero un proceso de calificación territorial puede también traer otros beneficios, no solamente económicos: fomento de la organización, autoestima de los productores, protección y valorización del patrimonio cultural y natural del territorio,... Por lo tanto, investigadores y agentes de desarrollo han visto en la calificación territorial de un producto (en particular de un alimento o una bebida tradicional) una manera de promover un desarrollo territorial, multidimensional, y, en ciertas condiciones, sustentable.

No se trata en el presente trabajo de reflexionar alrededor de un simple producto gastronómico, sino más bien sobre los vínculos que pueden existir entre un producto, su calidad, su producción, y la problemática de un desarrollo sustentable y endógeno, en un país que se volvió urbano y que sigue corriendo tras el milagro y las promesas de la industrialización. Esta reflexión tiene por supuesto una fuerte dimensión política; al reflexionar sobre nuevas oportunidades para territorios rurales cada vez más marginados (o a lo mejor transformados en “santuarios” naturales y/o folklóricos), “no aptos para la modernidad”. La calificación territorial, en particular con las indicaciones geográficas, puede ser parte de esa opción.

El interés de este trabajo consiste entonces en su propuesta de analizar los procesos de calificación de quesos tradicionales mexicanos, para ver en qué medidas responden o no a estas expectativas, y bajo cuáles condiciones (en particular en términos de los dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos que enmarcan y caracterizan las acciones). En efecto se trata de procesos complejos, largos, en los cuales intervienen muchas variables y factores humanos y no humanos, y que incluso pueden conducir a resultados contrarios a los que se han planteado (pérdida de calidad, apropiación del producto por grandes grupos agroindustriales, exclusión,...). Esa complejidad requiere que se plantea de manera precisa los diferentes elementos y retos, tanto teóricos como empíricos, que deben integrarse en la definición de una problemática de investigación.

1.2 Planteamiento del problema

La diversidad de condiciones agroclimáticas y socioculturales proporciona a México una fuente extraordinaria de productos alimenticios diferentes. Esta diversidad se expresa en particular en el caso la producción quesera, con varias decenas de variedades de quesos, algunos de ellos

históricamente vinculados a un territorio específico (Cervantes Escoto *et al.*, 2008). Varios quesos tradicionales se difundieron y perdieron casi por completo su carácter específico, como ocurrió con el queso tipo Oaxaca (Linck *et al.*, 2006). Otros desaparecieron por completo. En otros casos, coexisten con la misma denominación una versión genuina tradicional y una versión genérica (industrial y/o artesanal); es por ejemplo el caso del queso tipo Chihuahua, o del queso Cotija con el queso tipo Cotija. Varios factores influyeron en el destino de los diferentes quesos tradicionales, desde aspectos que conciernen la producción de leche hasta la modificación de los patrones de consumo, pasando por la normativa, el desempeño de grandes grupos agroindustriales y de los supermercados.

Frente a esta dinámica de decadencia y desaparición de los quesos tradicionales, la calificación territorial⁴ podría entonces constituir una herramienta, una alternativa para la supervivencia de los quesos tradicionales, y a través de ellos los sistemas productivos relacionados. Sería una alternativa para mejorar la competitividad, *a priori* más sostenible que la estrategia “adulteración/bajos precios”. En este sentido, Wiggins (2002), a raíz del seminario: “*New tendencies in the socio-economic analysis of dairying*” (Toluca, México, sept. del 2002), constató que frente a las importaciones de lácteos, y a la creciente importancia de las grandes empresas lácteas nacionales y transnacionales, las oportunidades para el sector lechero artesanal, especialmente en la producción quesera, se limitaban cuando mucho a nichos de mercado para productos típicos locales, o a mercados para quesos baratos. La primera opción podría ser un motor de desarrollo económico y social y de lucha contra la pobreza.

Un proceso de calificación puede de hecho constituir un recurso para el desarrollo local, ya que no solamente permite valorizar y promover un producto, sino que también preserva las actividades que este producto estructura. En este sentido, la calificación se plantea desde una perspectiva colectiva, implicando una visión sistémica que en el caso de la producción quesera conjunta a: agricultura y ganadería, sistemas de recolección de la leche, queseros, proveedores de insumos diversos, comercialización, padrones de consumo, instituciones,... La calificación de los quesos tradicionales implica entonces una reflexión entre cadena productiva y territorio, y entre acción individual, colectiva y pública, las cuales pueden ser abordadas de manera conjunta a través del concepto de Sistemas Agroalimentarios Localizados (Sial). En efecto, se requiere, además del desafío técnico, innovaciones organizacionales y comerciales para activar estas oportunidades de nicho de

⁴ También se podría pensar a una calificación “artesanal”, para los quesos artesanales no tradicionales, que permitiría valorizar esos productos y los sistemas productivos asociados. Sin embargo, para evitar generar confusión, nos centraremos en el tema enfocado en este trabajo, es decir los quesos tradicionales.

mercado con indicaciones geográficas. Estas innovaciones aluden a diferentes formas de acción colectiva.

En resumen, uno de los principales retos que se plantea para el mantenimiento de los quesos tradicionales mexicanos remite a la capacidad colectiva de los actores para calificar su producto y valorizarlo en el mercado (o más bien un nicho de mercado). El proceso de calificación de un producto tradicional implica ciertas modalidades de manejo e incorporación de los recursos territoriales, así como una estrategia de inserción en los mercados. Es necesario entonces que los actores se coordinen, horizontal, vertical y transversalmente. Tal necesidad es aún más fuerte para pequeños productores, que encuentran fuertes limitaciones para competir en los mercados globalizados⁵. Pero también se trata de elegir y promover las opciones técnicas que convengan al mantenimiento de la calidad territorial, sin perder de vista las exigencias de los mercados, en particular en términos sanitarios. El presente trabajo se ubica entonces en la línea de las reflexiones sobre la calificación territorial y los sistemas productivos locales, que han sido esbozadas por diferentes autores, y que se aplicará y profundizará a través del caso de los quesos tradicionales mexicanos.

En la práctica, desde finales del siglo XX, se han emprendido acciones para organizar una cadena productiva local alrededor de la calificación de ciertos quesos tradicionales (queso Cotija de la Sierra de Jalmich – entre los estados de Jalisco y Michoacán - , queso Bola de Ocosingo, queso Crema de Chiapas, queso de poro de Tabasco, etc.), tratando de mantener el carácter local de la producción y valorizarla. A raíz de estas nuevas experiencias, surgen unas interrogaciones: ¿podría un proceso de calificación revertir (parcialmente) la tendencia y favorecer una dinámica positiva para los quesos tradicionales mexicanos y los sistemas productivos locales asociados, frente a la desterritorialización tanto de la producción como del consumo de queso (estandarización de los modos de producción y padrones de consumo, usurpación de los nombres de lugar y uso genérico de ellos, apropiación por los industriales del patrimonio quesero, etc.),? y ¿en cuales condiciones sería o no posible? La respuesta puede depender tanto de elementos internos a los sistemas productivos locales, como también externos. Así el marco institucional, las normas y políticas agropecuarias y agroalimentarias, y las dinámicas sectoriales influyen conjuntamente sobre las estrategias de los actores locales. Por lo

⁵ Haremos la hipótesis que casi en todos el mercado de los quesos mexicanos es globalizado, ya que los actores, aún a nivel local, están directa o indirectamente en interacción con los mercados globales. Por ejemplo, los queseros de Cotija, a pesar de un fuerte aislamiento geográfico, están conectados desde el siglo XIX con el mercado nacional. Padecieron así directamente los cambios ocurridos en el sector de lácteos nacional, y aun internacional (Barragán, E. and M. Chávez Torres, 1998). Los quesos han sido siempre productos comerciales, puesto que la motivación misma de hacer quesos es a menudo vinculada con la necesidad de conservar la leche producida para diferir su consumo y sobre todo poder transportarlo y comercializarlo.

tanto no será posible ni útil hacer un estudio de las dinámicas locales sin referirse al marco institucional que define el “campo de lo posible” e incentiva una categoría de actores y estrategias. Además, la presente investigación tratará de caracterizar esas diferentes formas de coordinación territorial, sus orígenes, sus dinámicas, sus logros y sus fracasos, su evolución, en el marco de territorios especializados en la producción de quesos tradicionales.

La calificación territorial y la patrimonialización de los quesos mexicanos, al cruce de varios cuestionamientos y disciplinas

La cuestión de la calificación de los quesos tradicionales se enmarca en la problemática más general de los vínculos entre valorización del patrimonio cultural y natural y desarrollo. Si esta “economía patrimonial”, basada en la valorización de objetos patrimoniales (materiales o inmateriales), ha sido en parte ya institucionalizada en los países del Norte (con figuras como los parques naturales, los monumentos históricos, las indicaciones geográficas y otros sellos de calidad, etc.), y también en algunos países del Sur, mucho queda por hacer en cuanto a su puesta en marcha, en particular en cuanto a las indicaciones geográficas⁶.

El patrimonio natural ha sido al centro de las preocupaciones por la preservación del patrimonio⁷. Hasta la fecha se había puesto poco énfasis en el patrimonio cultural, pero la situación está cambiando. Sin embargo, el movimiento de globalización se ha acompañado por una reactivación del interés por las culturas e identidades locales, en particular las más marginadas, en sus diversas expresiones: música y bailes regionales, gastronomía tradicional, formas de turismo relacionadas a las culturas locales,... Por otro lado, en relación con esta reivindicación identitaria, la valorización de estos patrimonios ha sido vista como una oportunidad económica para generar valor agregado (o una renta) a una serie de productos y servicios (productos agroalimentarios, servicios turísticos, artesanías), y activar o reactivar el desarrollo territorial en ciertas regiones. Al lado de iniciativas locales, varios gobiernos han apoyado la institucionalización de estas dinámicas, por ejemplo a través de sellos de calidad, reconocidos oficialmente, y apoyado por políticas y programas específicos. Las denominación de origen, y otras indicaciones geográficas, se inscriben en ese movimiento. Si al principio han podido tener otra finalidad (más vinculada con la regulación de la competencia y de la oferta), esos sellos de calidad han sido integrados dentro de las políticas de desarrollo local, como es el caso en la Unión Europea (Sylvander *et al.*, 2005). Además, las

⁶ Véase por ejemplo los trabajos presentados durante el seminario organizado por la FAO y el IICA los 12 y 13 de diciembre 2007 en Santiago de Chile, Chile sobre los productos de calidad vinculada al origen en América Latina.

⁷ Véase el ejemplo de los parques naturales, marcada a menudo por el predominio de una visión conservacionista y de salvaguardia en México; aunque en la realidad existe a menudo un desfase entre las políticas de protección y la realidad, especialmente considerando la amplitud de los problemas de tala ilegal.

indicaciones geográficas difieren de otros procesos de calificación en el sentido que remiten también a procesos de patrimonialización, es decir un reconocimiento e institucionalización de un producto como patrimonio colectivo vinculado a un grupo definido (localizado).

Hasta la fecha no se realizó un trabajo sistémico e integral acerca de las condiciones en las cuales la calificación territorial y valorización de los quesos tradicionales mexicanos podrían constituir una alternativa viable y sustentable dentro del sistema lechero mexicano. Tratar esta cuestión implica un análisis de las condiciones técnicas, económicas y sociales de los sistemas productivos asociados, además de ver las condiciones institucionales y políticas, locales y nacionales, que incentivan o al contrario limitan estas alternativas.

Por lo tanto este trabajo pretende aportar nuevos elementos para analizar la dinámica de los quesos tradicionales mexicanos para los cuales se dan procesos de calificación y patrimonialización, desde la perspectiva del estudio de los sistemas productivos locales (movilizando el enfoque de Sistema Agroalimentario Localizado, Sial por sus siglas⁸), insertados a la vez en una realidad territorial local, así como en un sector (en el sistema lechero, regional y nacional) y en las dinámicas generales del campo mexicano, del desarrollo rural, y de las políticas y representaciones que lo animan. Esto implica trabajar en varias escalas y niveles de análisis que se retroalimentan: sector y territorio; local, nacional y global; económico, social, técnico y político. Cambios de escala que se acompañan también de una diversidad de enfoques y de una multidisciplinariedad. De tal manera que este trabajo se ubica en el marco la economía institucional, pero también moviliza aportes de la sociología, la geografía y las ciencias políticas, sin olvidar las ciencias biotécnicas. Se pretende entonces analizar la situación de los quesos tradicionales mexicanos, enfocándonos en tres casos específicos caracterizados por procesos de calificación más o menos consolidados, en un contexto general globalmente desfavorable a su permanencia (normas sanitarias, integración de las cadenas productivas a nivel global, apertura comercial, marginalización de los pequeños productores, etc.).

Al mismo tiempo, esta reflexión empírica retroalimentará el análisis teórico de los sistemas productivos territoriales, en particular en torno a la cuestión de la calificación territorial de los alimentos. Ese último punto llevará a perspectivas amplias, enriqueciendo el debate en cuanto a la construcción social de la calidad y su relación con los dispositivos técnicos, cognitivos e institucionales, así como sus impactos en términos de construcción y el manejo de un bien colectivo y

⁸ Un Sial ha sido definido como un sistema “*compuesto por organizaciones de producción y servicios (unidades de producción agropecuaria, agroindustrias, empresas comerciales, de servicio, restaurantes, etc.) asociadas, por sus características y su operación, a un territorio específico. El medio, los productos, los humanos, sus instituciones, saber-hacer, comportamientos alimentarios y redes de relaciones se combinan en un territorio para tomar una forma de organización agroalimentaria a una escala espacial dada*” (CIRAD SAR, 1996; Muchnik y Sautier, 1998)

patrimonial. En fin, permitirá entender cómo la problemática de la valorización de los quesos tradicionales, y de su movilización como instrumento de desarrollo local, se inserta en diferentes campos (político, económico, social, cultural, técnico, etc.) y arenas, pero también a diferentes escalas (local, nacional, internacional).

1.3 Problemática y Preguntas de investigación

Para dar cuentas de fenómenos complejos como un proceso de calificación, y todos los elementos que implica, es importante elegir un enfoque adaptado, capaz de apoyar una reflexión sobre la articulación entre un territorio y una cadena productiva. Por lo tanto, nuestro trabajo de investigación y nuestra problemática alrededor de la calificación de los quesos tradicionales mexicanos se insertan dentro de la economía territorial e institucional.

1.3.1 Ubicación de la problemática en el marco de los trabajos en economía institucional y economía territorial: integrar lo colectivo en la reflexión económica

En trabajos anteriores sobre los Sistemas Agroalimentarios Localizados (Sial), se enfocó en la cuestión de la activación, visto como un proceso colectivo que podía vincularse con modificaciones en las trayectorias de desarrollo para el territorio y sus actores económicos (Fournier, 2002; Boucher, 2004; Poméon *et al.*, 2007). Por su parte, los procesos de calificación territorial constituyen una movilización colectiva de los actores para calificar y diferenciar un producto : definición colectiva de la calidad, movilización y manejo de los recursos territoriales necesarios para la producción y comercialización del producto (modalidades de acceso y uso de esos recursos), modalidades de repartición de la renta,... son todos procesos colectivos y complejos. En este sentido un procesos de calificación territorial puede ser asimilada a un proceso de activación colectiva, analizable a partir del enfoque Sial.

Los trabajos sobre la activación de los Sial se enfocaron en las cuestiones de competitividad y eficiencia colectiva⁹ (Boucher, 2004; citando los trabajos de la ATP del Cirad sobre Sial). En este sentido, el interés para el enfoque Sial se ha plasmado en la perspectiva del desarrollo económico, en una postura normativa, tipo: “¿qué se debe hacer?”. El análisis de trayectorias de desarrollo de un Sial, y la aplicación de sus resultados para otros proyectos de desarrollo, han sido la principal orientación en los trabajos de investigación y las acciones basados en este enfoque. La perspectiva adoptada en estos trabajos se centra esencialmente en elementos económicos (precios, costos,

⁹ Esa afirmación es también generalmente verificable en el caso de los estudios realizados sobre los clústeres, y otros sistemas productivos localizados.

competitividad) e individuales; aun refiriéndose al colectivo, a beneficios colectivos, remite a una visión del colectivo como suma de intereses/beneficios individuales. No se replantea la problemática del significado del colectivo, en particular como pensarlo dentro de la disciplina económica; se le considera como un agregado de individualidades, susceptible de generar diferentes economías de escala (estimadas como externalidades) que mejoran el desempeño individual gracias a la coordinación colectiva.

Sería sin embargo incorrecto afirmar que una visión más holística y menos económica es ausente de los estudios previos sobre Sial. De hecho, si la formulación de las problemáticas y conclusiones se centran principalmente en los procesos económicos, la dimensión social, cultural, y antropológica es a menudo ampliamente abordada, analizada y varios aportes son hecho (a veces de forma implícita, otras veces explícitamente). La constatación es más bien que no se han aprovechado esos elementos para una exploración más profunda de las implicaciones de la multidisciplinariedad, y de la configuración del colectivo que resulta de la introducción en la economía de la referencia al territorio, a una gobernanza territorial y a un patrimonio colectivo formado por recursos territoriales y cuya apropiación y uso son objetos de limitantes e incentivos colectivos.

Estas reflexiones nos conducen a replantear la manera con la cual se aborda lo colectivo en economía. Primero, como lo argumenta Reynaud (1999), varias visiones son posibles: partiendo desde los individuos para construir el colectivo, o al contrario desde el colectivo mismo y su deconstrucción. En lugar de un debate sin fin, Reynaud plantea la imposibilidad epistemológica de dar la razón a una más que a otra visión. Entonces considerar lo colectivo como un agregado no es un error, sino una postura de investigación entre otras. Pero es posible completar esta postura, que podríamos denominar “económica-individualista”, sumándole otras perspectivas: colectiva, social, institucional, patrimonial. Es la pretensión que tenemos en este trabajo, de tratar de abrazar la realidad a partir de diferentes enfoques y escalas.

Lo anterior hace eco a los debates sobre la dialéctica entre individualismo y holismo metodológicos; tampoco es posible identificar “el bueno y el malo”, sino que cada perspectiva ofrece una mirada, imperfecta pero útil. Todo depende al final de lo que se quiere investigar. Así inscribimos ese trabajo en esta perspectiva “holindividualista” que reivindican varias corrientes de la economía institucional, en particular la teoría de la regulación (Boyer y Saillard, 2002) y la economía de las convenciones (Raveaud, 2005)¹⁰. Esta perspectiva, sin “diluir” completamente el individuo en colectivos preconcebidos y rígidos (que impondrían sus lógicas a un individuo incapaz de iniciativas

¹⁰ Esa idea es también similar a la posición que adopta Bourdieu (2005) en su antropología económica.

realmente propias), excluye reducir el actor a un *homo oeconomicus*, motivado solamente por maximizar su utilidad, y caracterizado por una racionalidad sustancial. Las actividades económicas, como bien lo dijo Granovetter (1985), y antes Polanyi (1944)¹¹, está encajada en dimensiones sociales, culturales, simbólicas. Es entonces en la confrontación entre diferentes campos (económico, social, cultural,...) que se construyen y aplican los dispositivos técnicos, cognitivos e institucionales, que enmarcan las actividades económicas (producción, intercambio, consumo). En este sentido, el desempeño económico (ya sea de un individuo, una empresa, un sector, una región,...) debe considerarse desde esos diferentes campos de análisis, a la vez porque depende de otros campos pero también porque sus propias consecuencias van más allá de los solos indicadores económicos.

Más allá del individualismo metodológico, y sin caer en el otro extremo del holismo metodológico, la economía de los territorios, y en particular el enfoque Sial, puede y debe conducir a una posición sintética y sistémica. Está al cruce entre las problemáticas sectoriales y territoriales, así como individuales y colectivas, incluyendo también la interacción entre varias escalas (local, nacional, global). Por lo tanto, trataremos explorar nuevos caminos teóricos, desde luego apoyándonos en los trabajos previamente desarrollados. Nos interesaremos en particular a la noción de colectivo (y acción colectiva), alrededor de los conceptos de patrimonio (en el sentido de la economía patrimonial) e instituciones, y otros conceptos relacionados a la economía institucional y también a otros corrientes y disciplinas. Nos interesan las implicaciones del colectivo no solo por su función económica “directa” (generar valor económico), sino también por su papel social, sus efectos sobre los recursos disponibles en un territorio (materiales o inmateriales) y las modalidades de su apropiación y uso. El colectivo, tanto “representado” (tipo empresa por ejemplo) como “no representado” (tipo red informal) (Reynaud, 1999), está constituido por una gran diversidad de soportes en los cuales se desarrolla la acción colectiva. Soportes que integráramos en una perspectiva territorial y sistémica.

1.3.2 Planteamiento de la problemática de la calificación territorial: entre lo individual y lo colectivo

La calificación territorial es un proceso meramente complejo y colectivo. Más allá de la coordinación, implica un involucramiento decisivo en el colectivo, inscrito en una trayectoria temporal donde las acciones individuales y colectivas tienen cierta irreversibilidad. El colectivo mencionado aquí o se trata de una organización en la cual uno entra o sale como lo desea, sin más.

¹¹ Aunque este último habla de la economía de mercado moderna como una economía desencajada de lo social, visión que ha sido bastante criticada.

Las condiciones de entrada y salida son muy peculiares, como sus implicaciones. Tomamos por ejemplo el caso de una denominación de origen (DO) de vino. Cada unidad (un productor, un transformador u otro) es organizada a un nivel individual y *a priori* independiente, tanto para la producción como para la comercialización. Sin embargo, la integración en el sello de calidad implica relaciones estrechas muy peculiares con los demás actores de la cadena y del territorio. Un conjunto de reglas¹², colectivamente construido y sancionado, incentiva, controla y limita las elecciones del productor, sus opciones estratégicas: variedades de uva, insumos, procesos, condicionamiento, etc. Pero la DO también genera una interdependencia fuerte a nivel de la valorización y comercialización: si un productor ofrece un producto de calidad inferior, penaliza a todos los que usan el mismo signo distintivo (la DO); al revés un producto de alta calidad genera un beneficio aprovechado por todos. La solidaridad (deseada o no; explícita o no) también se expresa en la constitución de un verdadero monopolio colectivo, que genera una renta para los productores usando la DO. Pero no es solamente el producto objeto de la DO que es concernido por una serie de interdependencias, sino toda la imagen de un territorio y por lo tanto de todos sus productos (véase por ejemplo el caso de una canasta de bienes, en Hirczak *et al.*, 2008). Entonces un productor de vino que no usa la DO (o decidió ya no usarla) pero que está ubicado en el mismo lugar, o un productor de queso de la región, o la agencia de turismo local, están interconectados por la calidad y la calificación de sus productos.

Además, la legitimidad de un productor en la DO no se plantea solamente de manera personal (como en un club), sino que depende también de variables no individuales, colectivamente elaboradas. Incluso la representación y la identidad de los habitantes en general se ve afectada: la valorización de un producto tradicional en un lugar puede incentivar la valorización de otros sectores de la producción y de la vida en general en un territorio, y cambiar sus percepciones, por los propios actores del territorio o por actores externos. Los procesos de calificación están por lo tanto vinculados con múltiples actores, objetos, recursos, y arenas, relacionados entre ellos por fenómenos de interdependencia, inscritos en el ámbito territorial.

Si los efectos de la calificación en el territorio son *a priori* múltiples y de diferentes naturalezas, el territorio también influye en la calificación. Se habló de la recursividad del anclaje territorial, entre los actores económicos y el territorio (Frayssignes, 2005). En efecto, la definición del producto, la determinación de la calidad (y de su valor y papel económico, simbólico,...), la legitimación de ciertos procesos técnicos (y la exclusión de otros), la repartición del valor agregado dependen de los arreglos institucionales presentes en el territorio, de las relaciones de poder (especialmente alrededor del uso

¹² Un proceso de calificación no es necesariamente formal, con el manejo de un sello oficial de calidad. También puede hacerse de manera informal e implícita. En este caso, las reglas remiten más bien a rutinas, usos y costumbres, sancionados por el reconocimiento entre pares y/o del consumidor.

de los recursos territoriales), de los esquemas cognitivos vigentes, etcétera. Por lo tanto los procesos de calificación focalizan y articulan diferentes arenas socio-políticas y dispositivos (técnicos, cognitivos e institucionales), e implica una concepción original del colectivo, más allá de individuos agregados. Además, por su vínculo con el territorio y el conjunto de recursos que representa, un proceso de calificación territorial (por ejemplo con el establecimiento de una indicación geográfica) remite a una dinámica de patrimonialización de un conjunto formado por uno (o varios productos) así como varios recursos materiales e inmateriales. Esto lo distingue de otras dinámicas de calificación, que no tienen necesariamente un anclaje fuerte en el espacio ni en el tiempo, y en las cuales la componente colectiva puede ser menos significativa (remitiendo a un simple consenso entre dos o más actores sobre la calidad de un bien o servicio).

Para nutrir esta reflexión sobre la calificación territorial de los quesos tradicionales mexicanos, es esencial adoptar una perspectiva inductiva a partir de experiencias de campo. El estudio empírico permite abordar fenómenos complejos, en una perspectiva sistémica, institucional y multidisciplinaria. La particularidad de los Sial queseros estudiados aquí proviene del reto que constituye su permanencia, y la activación de una trayectoria de desarrollo caracterizada por la eficiencia colectiva. Marginados en una economía mexicana globalizada, los quesos tradicionales están en riesgo de desaparición, juntos con los sistemas productivos locales en los cuales se insertan. Una alternativa propuesta ha sido la calificación territorial de estos quesos, como proceso colectivo vinculado con una trayectoria de desarrollo endógeno. Se hizo la hipótesis que dicha alternativa sería garante *a priori* de mayor sostenibilidad, y de una mayor autonomía de los actores locales en cuanto a sus estrategias económicas, sociales y técnicas; lo cual supone la emergencia de nuevas formas de coordinación, más territorial.

Sin embargo hacer la pregunta del mantenimiento, de la sostenibilidad de un Sial como pregunta inicial puede ser una mala manera de plantear la problemática: es difícil hablar de mantenimiento de algo que está en cambio, de un objeto dinámico como un Sial. Es más bien a través de la acción colectiva y de los procesos colectivos de manejo de los recursos, de aprendizaje, de innovación,... que se plantea el problema de su perennidad. Es por esto que el punto central de nuestra problemática serán los procesos de calificación, que cruzan las cuestiones del mantenimiento del producto y del sistema productivo con la de la construcción y consolidación de la acción colectiva. El enfoque Sial servirá de modelo analítico, o más bien heurístico para explorar situaciones que tal vez no corresponderán al final al modelo ideal del Sial activado¹³.

¹³ En este caso, se prefiere hablar de “áreas de especialización” en lugar de Sial.

A través de un estudio comparativo de casos, podremos nutrir el debate teórico y empírico. No buscaremos elaborar modelos reproductibles, sino entender trayectorias inscritas en el espacio y tiempo, contingentes e idiosincrásicas. Por eso el enfoque comparativo nos parece la mejor opción metodológica, para poder inducir enseñanzas más generales. Se tratará de analizar tres casos, tres quesos tradicionales mexicanos, alrededor de la problemática de la articulación entre los diferentes niveles de acción (individual, colectivo y público) en los procesos de calificación. Bajo la forma de preguntas, se puede plantear de la manera siguiente:

- **¿Qué cambios y dinámicas inducen los procesos de calificación territorial de quesos tradicionales, en particular a nivel de los dispositivos institucionales, técnicos y cognitivos, locales y también nacionales?**
- **¿Cómo la configuración del proceso de calificación, su construcción, en particular a nivel de la acción colectiva (coordinación y cooperación entre actores) y de las instituciones (locales y globales), orientan esos cambios?**

1.4 Hipótesis

Un proceso de calificación territorial no es un fenómeno lineal. No se desarrolla solamente en base a objetivos originalmente planteados, que llevan a una serie de acciones determinadas *a priori*, para alcanzar un fin preciso. Es más bien un proceso dinámico e esencialmente indeterminado, sin principio ni final, donde son reestructurados los recursos territoriales (materiales e inmateriales), así como los modos de apropiación de estos recursos y las relaciones entre actores. Se generan a lo largo del proceso cambios a nivel técnico, social, económico, cognitivo e institucional que conducen a la reconfiguración del sistema territorial. Dentro de este proceso de deconstrucción y de construcción territorial, se generan y/o difunden innovaciones técnicas, organizacionales e institucionales, a través de procesos de aprendizajes individuales y colectivos. Un Sial conoce entonces cambios significativos en su estructura y dinámica a lo largo del proceso de calificación.

Se transforma en particular por la entrada de nuevos sujetos y objetos en el sistema: organismos públicos, investigadores y asesores (técnicos y otros), productores, vendedores. Estos traen nuevos modelos normativos y cognitivos y nuevas identidades (en particular en relación con las identidades profesionales), vinculados con nuevos modos de apropiación de los recursos territoriales, directamente (por sus intereses propios) o indirectamente (por su influencia sobre los recursos y su percepción por los actores “productivos”). Al mismo tiempo, otros actores pueden ser al contrario excluidos por el proceso de calificación.

Por lo tanto hacemos la hipótesis de que un proceso de calificación, que se ha podido considerar como una modalidad de preservar y mantener un sistema productivo por mejorar su inserción en el mercado, origina una profunda modificación de las dinámicas, del funcionamiento Sial como sistema, a todos los niveles. Esas modificaciones pueden depender de varios niveles:

- La configuración previa del Sial: recursos, actores, productos, instituciones,...
- El entorno institucional (externo) en el cual se engloba el Sial y se construye el proceso de calificación.
- Las modalidades de realización del proceso de calificación: tipo de sello oficial, actores involucrados, gobernanza y toma de decisiones (implicación de los productores, formas de coordinación y cooperación, liderazgo,...), aspectos cognitivos (ideas, lógicas de acción,...), aprendizajes (la capacidad de aprendizaje institucional en particular; véase en Abdelmalki *et al.*, 1996), mercado apuntado, redes de actores, formales e informales (redes previas movilizadas o nuevas redes constituidas) y modalidades de las transacciones entre actores.
- Las nuevas formas de apropiación, uso, producción y reproducción de los recursos territoriales; asociadas a un cambio de los modos de gobernanza, con un reforzamiento de su dimensión territorial, y una consolidación de las acciones colectivas.
- La creación de una renta territorial de calidad, y su apropiación por los actores productivos locales.

Dada la incertidumbre alrededor del proceso de calificación territorial, de sus modalidades e impactos, es legítimo plantear dudas sobre su capacidad en generar un reforzamiento de la dinámica colectiva (cooperación, repartición equitativa del valor agregado, creación de recursos territoriales, protección del producto como patrimonio colectivo de un territorio,...). Debido a diversos factores internos y externos al Sial, entre dinámicas sectoriales y territoriales, un proceso de calificación territorial no necesariamente conduce a la activación de un Sial. Para que sea así, es a priori necesario que sea concomitante a un proceso de patrimonialización, es decir la inscripción del producto calificado y los recursos asociados en el tiempo y en el espacio, y la institucionalización, protección y valorización de su vínculo con un grupo de actores localizados.

1.5 Objetivos de la investigación

1.5.1 Objetivos generales

Nuestros objetivos generales son, en los tres casos estudiados y de manera comparativa:

- **Analizar el entorno sectorial, nacional e internacional, en el cual se enmarcan los Sial queseros;**
- **Analizar la estructura y el funcionamiento de los Sial queseros estudiados: actores, recursos, producto, y sus interrelaciones.**
- **Analizar el proceso de calificación: objetivos, actores, acciones individuales y colectivas, instituciones (y aprendizaje institucional), logros y fracasos.**
- **Analizar las consecuencias de este proceso sobre los Sial queseros y sus diferentes elementos: innovaciones, aprendizajes, esquemas cognitivos, sistemas técnicos, producto, estructuras sociales, resultados económicos, gobernanza.**

1.5.2 Objetivos específicos

- Analizar los nuevos sujetos (actores individuales, colectivos y públicos) y objetos (productos, tecnología, normas, ley, etc.) que emergen y se generan en los procesos de calificación estudiados.
- Analizar las instituciones iniciales en los Sial y como se van transformando, en particular a través de la introducción de nuevas instituciones exógenas

En el marco de referencia se desarrollará la problemática que enfrentan los quesos mexicanos en el contexto nacional, partiendo de la idea que este contexto conlleva ciertas oportunidades y limitantes en relación con la calificación territorial de los quesos tradicionales. Luego se detallarán reflexiones teóricas que nos permitirán identificar y analizar los elementos fundamentales y relevantes para estudiar un proceso de calificación territorial, tratando de desglosar sus modalidades. Con el fin de analizar los tres casos empíricos seleccionados, a nivel individual y comparativamente, se establecerá después la metodología empleada para las investigaciones de campo y su proceso. La comparación entre los tres casos alimentará una discusión general sobre las implicaciones de los procesos de calificación territorial a nivel local, y su relación con las dinámicas sectoriales y el contexto nacional.

CAPÍTULO 2 MARCO DE REFERENCIA

“Las burocracias crecieron pero no la atención ni los servicios. Los precios de garantía, el apoyo más cuantioso, que recibían muy pocos productores, acabó por elevar el precio de los alimentos para los residentes y trabajadores rurales más pobres que no tenían acceso a los subsidios urbanos. El crédito y el seguro altamente concentrados, no promovían la producción, la simulaban. El campo fue más un pretexto que un propósito”. Warman (1994,p.3), ex secretario de Reforma Agraria

Introducción del capítulo 2

La conformación actual del sector agropecuario y agroalimentario mexicano encuentra sus raíces en la historia política, social y económica del país. En un estudio que se inscribe en la tradición de la economía institucionalista y evolucionista, el concepto de “causalidad cumulativa” de Veblen (1898) o de “path dependency” (North, 1990; Hodgson, 2007) implica prestar una atención particular a las trayectorias históricas, que constituyen el substrato del presente. En términos evolucionistas, el contexto institucional define las modalidades de selección y evolución de las organizaciones productivas. Por lo tanto es importante dedicarse a una fase preliminar de análisis a la vez macroeconómica, sectorial e histórica análisis, antes de indagar en las dinámicas territoriales propias a cada queso tradicional. En efecto, si los quesos tradicionales son por naturaleza fuertemente anclados en un territorio dado, los actores implicados en su producción y comercialización no son aislados de otros niveles superiores (estatales, nacionales, globales). Sus estrategias constituyen por lo tanto una respuesta frente a la vez a condiciones micro, meso y macro, y a políticas, sociales, culturales y económicas. Varios trabajos sobre las dinámicas que animan el sector lechero mexicano, o rural en general, se basan de hecho en el planteamiento siguiente: la fuerza unificadora de la globalización ha generado disparidades entre los diferentes actores y cuencas de producción por la idiosincrasia de las respuestas y estrategias que suscita (Del Valle, 2000; Suarez, 2007; Abrahamer, 2007). Esa constatación hace eco también a trabajos sobre las dinámicas del desarrollo (Long, 2007).

Las políticas del sector agroalimentario¹⁴ son el fruto de las relaciones de poder entre los diferentes componentes de la sociedad, y del proyecto de sociedad sostenido por los grupos que dominan el campo político (y que son a menudo los mismos que dominan la economía nacional). El motivo oficial general de esas políticas, desde la década cardenista hasta hoy, fue buscar adecuar progreso económico y justicia social, desde diferentes enfoques. Pero, esta adecuación a menudo no se alcanzó, y la prioridad se dio al final sobre todo a criterios de eficiencia económica, en detrimento de la equidad social. En función del proyecto político dominante, se puede distinguir tres fases en la evolución del sector agropecuario y de las políticas públicas:

1. la etapa Cardenista, y su continuación política, marcada por la distribución de la tierra y la organización social, económica y política del campesinado, de 1930 a 1950;

¹⁴ El « sector agroalimentario » se entiende aquí como el conjunto de actividades agropecuarias y agroindustriales.

2. el modelo de industrialización por sustitución de las importaciones, de 1950 hasta 1982;
3. el dominio de una política neoliberal, en vigor desde 1982 hasta la fecha, asociada con medidas de “estabilización” socioeconómica.

Trayectoria histórica del sector agroalimentario y de las políticas sectoriales

La emergencia de un régimen de mercado industrial (Allaire y Daviron, 2006) en el sector agroalimentario mexicano se dio a partir de los años 40-50, en el marco de profundos cambios que afectaron tanto la agricultura como la agroindustria. El crecimiento demográfico, con una intensa urbanización, requería la producción de cantidades importantes de alimentos, a precios bajos. Por lo tanto era necesario fomentar la producción de masa; y al mismo tiempo favorecer las transferencias de mano de obra y de capital del sector primario hacia la industria. Se buscó fomentar la producción en grandes escalas de alimentos, estandarizados (permitiendo “racionalizar” la producción, el transporte, la venta y el consumo). Se aplicó el programa de la Revolución Verde para “modernizar” el campo, y se apoyó la formación de grandes grupos agroindustriales, con la instalación de transnacionales o la copia de este modelo por empresas nacionales (Suarez P., 2007, sobre la producción de leche en la región de la Laguna).

Sin embargo, si se obtuvo en un primer tiempo algunos logros (aumento de la producción, etcétera), el sector agroalimentario entró en crisis ya desde la década de 1970; crisis que se amplificó con los problemas sucesivos que afectaron a la economía mexicana en las décadas de 1980 y 1990. Como resultado de esos procesos, México perdió su autosuficiencia para volverse un importador neto de alimento (y también de tecnología, insumos, y equipos destinados al sector agroalimentario). El programa liberal, en vigor desde 1982, profundizó la dualidad económica, social y tecnológica del sector entre los “modernos” (agroindustrias nacionales y transnacionales, grandes productores) y los “atrasados” (campesinos, pequeñas agroindustrias artesanales), y no logró revertir la tendencia. Al contrario, junto con las grandes transformaciones asociadas al llamado proceso de globalización, se amplificó la pobreza, en particular en las zonas rurales.

En la década de los 80 y de los 90, se han conocido cambios importantes en la organización y estructura de las cadenas de producción de alimentos, en México como a nivel mundial. Esto se ha explicado por diversos procesos internos y externos, en sinergia o en tensión uno con otro: globalización económica, favorecido por la liberalización del sector, permanencia de problemas en cuanto a la propiedad y el uso de la tierra, concentración del sector agroindustrial, desarrollo de cadenas productivas largas y del sector de la gran distribución (supermercados), emergencia y

valorización de otras formas de agricultura vinculadas a nuevas demandas en calidad del producto por parte del consumidor (agricultura orgánica, comercio justo, denominaciones de origen, etcétera), etcétera (Linck, 1997; Schwentesius *et al.*, 2004). Con la recurrencia de crisis sanitarias (vaca loca, melanina en la leche infantil, dioxinas, obesidad, etcétera) y la alternancia de crisis de superproducción y de escasez a nivel mundial, la contradicción del sistema alimentario mundial se hace cada vez más evidente. Este problema es particularmente estratégico para un país como México, muy dependiente de las importaciones de alimentos. Además, los diferentes cambios ocurridos generaron nuevas oportunidades y amenazas que requieren respuestas adecuadas por los actores privados y públicos.

Las respuestas políticas del gobierno a la permanencia del subdesarrollo del sector agroalimentario y de los problemas vinculados han integrado nuevos elementos de discursos, pero en los hechos parecen encerrados en las mismas lógicas desde 1950: modernizar, tecnificar, exportar, etcétera. La postura paternalista y clientelista del Estado en sus relaciones con la sociedad (y en particular con los productores agropecuarios), cuya denuncia se movilizó para justificar la instauración de políticas neoliberales, no ha cambiado. A pesar de los planteamientos de la ley de Desarrollo Rural Sustentable del 2001, de los programas de descentralización, o de la ley sobre la microindustria y la actividad artesanal, las políticas siguen construidas y dirigidas de manera muy centralizada y burocrática, y son al mismo tiempo inestables. La distribución de los apoyos es muy desigual, beneficiando sobre todo a los productores más grandes y conectados con las redes políticas (Ramírez *et al.*, 2007; OCDE, 2007), que concentran además los medios de producción y recursos estratégicos. Sigue cerrado el debate sobre los modelos tecnológicos y socioeconómicos alternativos al paradigma tecnicista dominante. La paz social se logra a través de programas asistencialistas, que no resuelven los verdaderos problemas del sector productivo. Así se siguen aplicando recetas muy similares¹⁵, a pesar de que no cumplieron con todas sus promesas¹⁶, y que la situación se haya profundamente cambiada.

En este contexto, se replantea cada vez más la cuestión de la adecuación de la alianza del modelo técnico de la Revolución Verde (y su “descendencia” actual, con la biotecnología) con las políticas agropecuarias mexicanas, ampliamente inspiradas por el paradigma neo-liberal. En efecto, esa alianza no logra tomar en cuenta la nueva cara del campo mexicano, que algunos autores explicaron

¹⁵ Y también a nivel mundial, se proponen modelos de agricultura apenas diferentes, como se puede constatar en el reporte del Banco Mundial de 2008 (World Bank, 2008) sobre la agricultura.

¹⁶ En particular la de proveer una alimentación en cantidad y calidad satisfactorias a toda la población, de asegurar ingresos dignos para los productores y ser el motor del desarrollo, tanto rural como nacional. Sin negar los avances que permitió en términos de producción y productividad, se debe también destacar sus límites.

vía el concepto de Nueva Ruralidad (Delgado, 1999). A través de ese concepto, se propone reconsiderar y adaptar el enfoque de economía campesina de Chayanov (1925) a una realidad más compleja y diversa: interacción entre la producción agropecuaria y otras actividades económicas (agroalimentarias o no), trabajo asalariado, migración internacional, económica residencial, redes sociales, interacción local/global, multifuncionalidad de la agricultura... Para entender esa dinámica, y proponer políticas de acompañamiento y desarrollo aptas al sector (y en particular para su componente más débil, formada por el campesinado y pequeños agroindustriales), se requiere un conocimiento más fino y pragmático de esas realidades, y no sólo matizar en los discursos los conceptos de competitividad, productividad, y modernización por atributos como equitativa, sustentable u otros. Como lo afirmó Boyer (2001: 50), pensar los procesos de desarrollo impone “*un enfoque en términos de interdependencia, externalidades, complementariedades*”. Mientras que las políticas, normas y otros instrumentos políticos dirigidos al sector agroalimentario seguirán ignorando o descalificando la realidad¹⁷ de millones de campesinos, procesadores artesanales y otros actores olvidados, se puede cuestionar la coherencia y la adecuación entre el discurso y los actos, y la necesidad de instaurar realmente una “nueva institucionalidad” para ese sector.

Esa situación es particularmente obvia en el sector lechero cuya situación actual e histórica se analiza a continuación. Para plantear la problemática de tal sector, se necesita en efecto tomar en cuenta las evoluciones globales, nacionales y regionales que se dieron en distintos ámbitos (económico, tecnológico, político, social), así como el carácter local de los procesos de desarrollo de la producción lechera y quesera. Se presentará entonces en este capítulo una perspectiva actual e histórica sobre el sistema lechero mexicano, insistiendo en particular en la problemática del sector quesero. Luego se analizará la cuestión del marco legal y administrativo que enmarca la producción quesera, así como el ámbito de los productos tradicionales, prestando una atención particular a la cuestión de las indicaciones geográficas en México.

¹⁷ En particular de la realidad económica y tecnológica de muchos actores del sector agroalimentario, que a menudo se desconoce y no se toma en cuenta en las políticas. En efecto, la casi ausencia de debate sobre las opciones técnicas condujo a imponer el modelo productivista y tecnicista como universal y exclusivo, en la continuidad de la Revolución Verde (Linck, 2001).

2.1 Evolución y situación actual del sector lechero mexicano: dependencia y heterogeneidad

Según la OCDE (2007), México cuenta con 28 millones de ha para pastoreo, y 30 millones de ha de cultivo. En realidad se estima a 107 millones de ha de tierras con uso ganadero, principalmente pastizales; o sea más de la mitad de la superficie total del país. No sería entonces muy atrevido afirmar que México es un país meramente ganadero, con una neta predominancia del ganado vacuno. De hecho la figura del ganadero está presente en muchos aspectos de la cultura y de las representaciones que conforman la identidad mexicana: el rancharo, el charro, las haciendas ganaderas, el jaripeo, los caballos, la gastronomía (en particular con los diversos tipos quesos mexicanos). La producción de leche ha conocido desde los años 50 un crecimiento importante, conformándose un verdadero sector lechero, integrado a la economía nacional e internacional.

Se analizará primero la génesis y evolución del sector lechero¹⁸ mexicano desde la década de los 50, prestando una atención particular a las políticas que lo acompañaron en esa evolución. Se podrá así entender mejor su situación actual, marcada al igual que las demás actividades vinculadas al campo y a la alimentación por una fuerte heterogeneidad entre los diferentes actores implicados.

2.1.1 Génesis y evolución del sector lechero y de sus diferentes componentes

Retomando en parte la cronología de Álvarez (1994b), se propone descomponer el desarrollo del sector lechero en 4 fases, paralelos a los acontecimientos en la economía nacional, para entender la evolución de la producción nacional del eche y de las importaciones de lácteos (Figura 1 y Figura 2):

- La estructuración del sector lechero durante la fase de “industrialización troncada” (política de industrialización por sustitución a las importaciones), de 1945 a 1970. Se basó principalmente en el desarrollo de la producción intensiva, bajo el modelo Holstein, así que la expansión de la producción ganadera en el trópico con el sistema extensivo de doble propósito. La producción lechera conoció un crecimiento de 34% en la década de los 50, y de 5 a 10%/año de 1960 a 1970.
- Su desarrollo, tanto a nivel de la producción primaria como de la industria, durante la década de los 70'. La producción siguió creciendo a un ritmo sostenido hasta 1978, superior a 5% por año. Las importaciones crecieron sin embargo a un ritmo aun más sostenido y sistemático (**¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**): mientras la relación volumen de producción nacional/volumen importado era de 0.09 en 1970, llegó a 0.3 en 1980. Sin

¹⁸ Se enfocará en la leche de vaca, dejando de lado la leche de cabra, cuyo volumen representaba, según FAOSTAT (2009), 165 000 toneladas en 2007, contra 10 345 982 toneladas para la leche de vaca. La producción de leche de oveja es aun más marginal, y no existen estadísticas acerca de su producción.

embargo antes de 1980 las importaciones se mantuvieron a un nivel relativamente bajo, inferior a los 10% de la producción nacional. La disminución de la tasa de crecimiento de la producción mexicana al final de los años anunciaban la crisis que iba a afectar al sector.

- La crisis del sector lechero que coincide con la crisis que sumergió el país a principio de los 80'. Varios factores afectaron el sector lácteo: contracción de la demanda, encarecimiento de las importaciones (de las cuales dependen muchos la ganadería intensiva y parte de la agroindustria), crisis bancaria, control de precio y disminución del precio relativo de la leche. Eso llevó a una descapitalización de los productores de leche, aunque la ganadería tropical, más autosuficiente, y fuera del esquema de control de precio de la leche pasteurizada, aguantó mejor la crisis e incluso siguió creciendo.
- Una fase de liberalización y reorganización, que se inicia en 1988 y se prolonga y culmina en 1994, con la firma del TLCAN. El PRONTHAL (Programa Nacional de Transición Hacia la Autosuficiencia Lechera) preveía lograr la autosuficiencia lechera para el 2004, impulsando los diferentes componentes y actores del sector. Sin embargo, se aplicó medidas de desregulación del sector, buscando "racionalizar" ese sector: desmantelamiento parcial de Liconsa, que pasa de la política agropecuaria (SAGARPA) a la política social de asistencia (SEDESOL), privatizaciones, liberalización de los precios, reducción de los apoyos al campo, disminución de los créditos para la investigación, etcétera. Se levantaron las restricciones para las industrias pasteurizadoras para diversificarse. El subsector modelo Holstein/leche pasteurizada se transformó en el modelo Holstein/Complejo Agroindustrial Lechero (CAL¹⁹), produciendo leche pasteurizada, yogur, quesos, etcétera. La producción de leche repuntó a partir de 1988, antes del PRONTHAL, que al final acompañó la tendencia de recuperación del sector lechero, en el marco de la recuperación de la economía mexicana y de otros factores (consolidación de la conglomerado agroindustrial, en especial en la Comarca Lagunera, ganaderización de los ejidos y comunidades, etcétera).

¹⁹ Se usará este término para señalar el conjunto de empresas, nacionales y multinacionales, que conforman el sector dominante de la transformación y distribución de la leche. Se distinguen de empresas de tipo artesanal por el tamaño de las unidades de productivas (se trata en general de grandes unidades) y los volúmenes trabajados, la tecnología utilizada y la organización productiva, y la conformación en medianas grandes empresas. Esas empresas integran la Cámara Nacional de Industriales de la Leche (CANILEC) y la Cámara Nacional de las Industrias de la Transformación (CANACINTRA), sección 61 Industrias Lácteas. Entre las más importantes se destacan Lala, Nestlé, Alpura, Danone, y otras. Los 146 miembros de CANILEC representan unos 85% de la producción, pero menos de la mitad de las empresas (formales) del sector (sin contar las empresas informales).

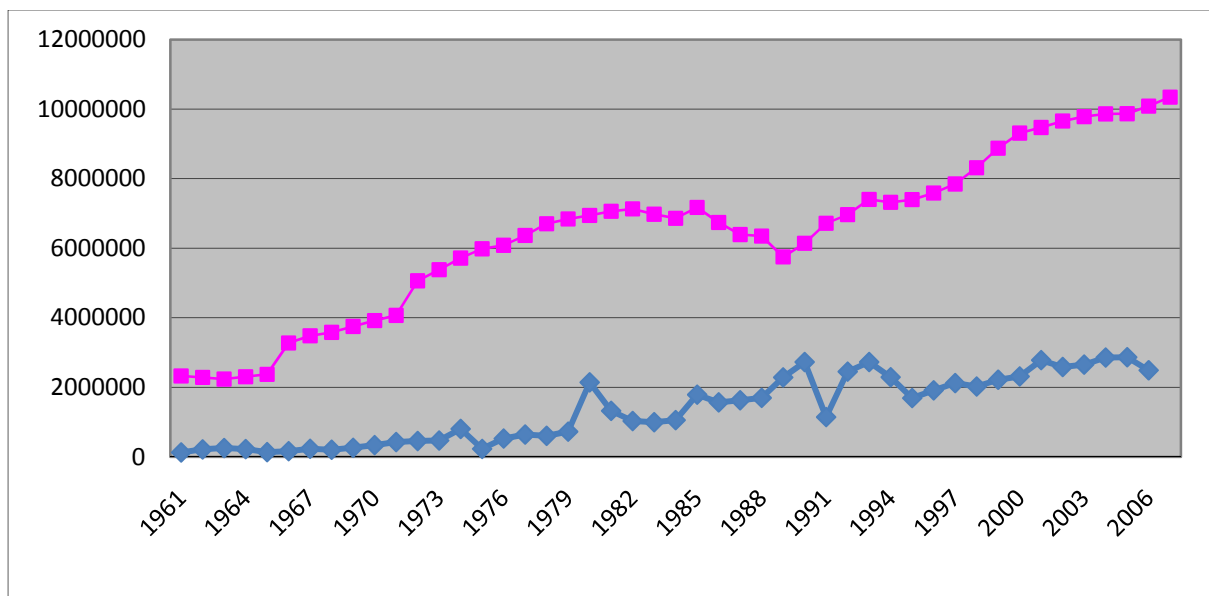


Figura 1: evolución de la producción de leche de vaca e importaciones de lácteos en México de 1961 a 2007 (en toneladas métricas) (fuente: FAOSTAT, 2009)

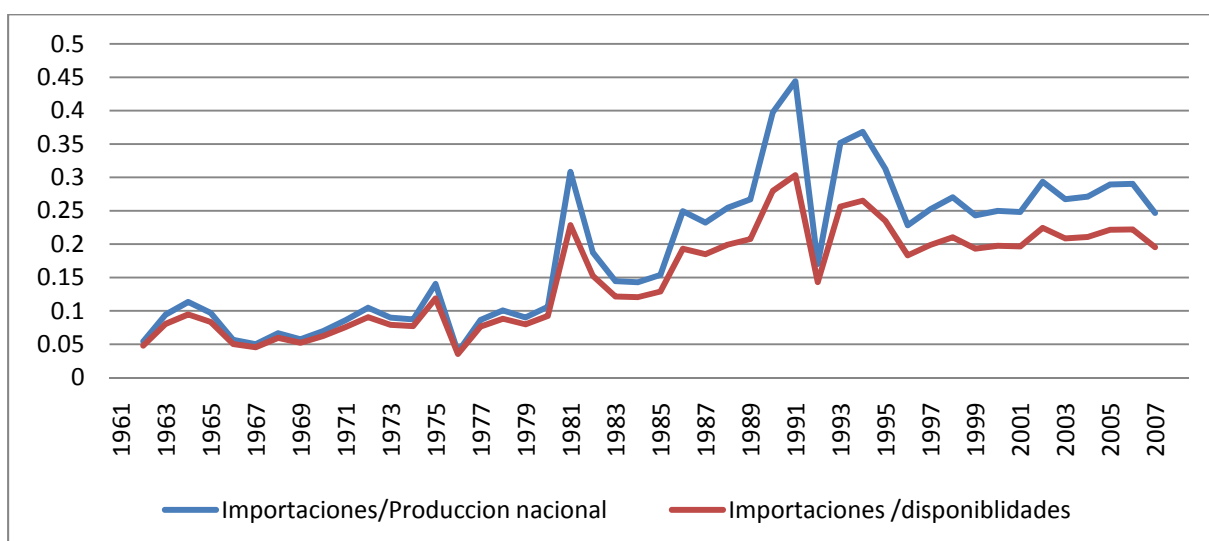


Figura 2: evolución de la participación de las importaciones (total lácteos en equivalente leche) en cuanto a la producción de leche y las disponibilidades total de leche en México de 1961 a 2008 (fuente: elaboración propia con datos de FAOSTAT, 2009)

La producción de la leche tomó una importancia creciente a partir de 1950. El Estado deseaba favorecer el acceso a este alimento básico; creó el Instituto Nacional de la Leche y de la Dirección General de Producción e Industrias de la Leche en 1955, y diseñó políticas activas de apoyo a la producción de leche. Pero la estructuración de un sector lechero se ha hecho en torno a cuatro dinámicas principales, conformándose cuatro subsectores lecheros, que involucran diferentes tipos de productores, de agroindustrias, y de productos.

Tras la epizootia de fiebre aftosa en la década de los 50, que condujo al sacrificio de una gran parte del hato, en particular lechero (1.5 millones de bovinos sacrificados), el Estado, con el apoyo de

EE.UU., incentivó la implantación del modelo “Holstein”, sistema de producción intensivo que se estaba imponiendo en los países desarrollados, cuyas características principales son: raza Holstein, ordeña mecánica, inseminación artificial, estabulación permanente, alimentación a base ensilaje de maíz y concentrados, uso de medicinas, etcétera. Se implementaron varios programas y políticas destinadas a estimular la difusión de esos insumos y tecnologías importados (Álvarez, 1994a). Emergieron así cuencas lecheras de producción intensiva en diferentes partes del Centro y Norte del país, en particular la Comarca Lagunera (Suarez, 2007), o luego la cuenca de Tizayuca (González y Salcido, 1994). Esas cuencas se especializaron en la producción de leche pasteurizada (diversificándose luego en diversos derivados lácteos), dominada por empresas nacionales e internacionales cada vez más concentradas. Esa combinación entre producción intensiva de leche y grandes agroindustrias, con alta tecnología, es lo que Vatin (1990) llamó el modelo de “fluidez industrial” (modelo que implica también una fluidez a nivel de los circuitos de distribución, y vinculado también a nuevos padrones de consumo) y que modificó tanto la configuración técnica como social del sector lechero lechera. Ese modelo, basado en la adopción de tecnologías y esquemas organizativos de otros sectores, aparecía para muchos como necesario frente al incremento de la demanda (más población y mayor consumo per cápita).

Nestlé se instaló en 1955 en el estado de Veracruz. Esa ETN se especializó primero en el sector de leche industrializada (leche concentrada y evaporada, leche en polvo), y tuvo un papel activo en el desarrollo de la ganadería familiar, en el centro del país y sobre todo en las zonas tropicales (Álvarez, 1994b). Así, la ganadería tropical creció en unos 20% en números de cabezas en la década de las 60’, estimulada por la demanda de Nestlé, que instalaba sus plantas en diferentes regiones (Veracruz, Chiapas, etcétera). La producción de leche en el trópico se ha basado en un sistema de producción de doble propósito (SDP), que asocia producción de leche y de becerros, comercializados al destete. El tipo de producto y proceso se adecuaba con una leche de “menor” calidad (sobre todo a nivel sanitario) y con mayor variabilidad. El interés de la Nestlé por desarrollar su abastecimiento en leche no era fortuito, ya que por cada litro procesado, el gobierno le otorgaba un bono para la compra de un litro de leche en polvo importada. El Estado, a partir de los años 70, empezó a tratar de fomentar la producción lechera tropical, a través programas como el Plan Chontalpa en 1972, o PRONAMOCA (Programa Nacional de Modernización del Campo) y el PRONTHAL en los años 80-90 (Álvarez, 1994; Sánchez *et al.*, 1994; Mariscal *et al.*, 2004). Sin embargo, por ser inadaptados con las especificidades y dinámicas propias del SDP (a nivel técnico, económico, social,...), esas políticas no tuvieron mucho impacto.

Falta mencionar dos otros subsectores de producción, además del modelo Holstein/leche pasteurizada, y doble-propósito/leche industrializada. En efecto permaneció (e incluso se desarrolló) un subsector que podríamos calificar de “artesanal”, asociando unidades de producción familiar (en zonas templadas pero también tropicales, con sistemas de doble propósito), y venta directa de leche bronca o a agroindustrias queseras artesanales. Si este modelo tendía a ser marginalizado en términos macroeconómicos por los dos otros, su importancia en las dinámicas económicas locales se mantuvo, incluso creció en varias regiones del país, cuya economía dependida en gran parte de ese subsector. En regiones como la Costa de Chiapas, este subsector artesanal se desarrolló en paralelo con el subsector doble-propósito/leche industrializada, con relaciones a la vez competitivas y complementarias entre los dos.

El último subsector que falta presentar es la asociación entre leche en polvo importada/rehidratadoras públicas. En efecto la cobertura de las necesidades en leche requirió cada vez más importaciones de leche en polvo, para cumplir con los programas alimentarios destinados a las poblaciones pobres y abastecer la agroindustria (González H. y Salcedo B., 1994). Para evitar que las importaciones distorsionen el mercado, el Estado se otorgó el monopolio de la importación de leche en 1966 (Álvarez, 1994b). En 1972 se creó LICONSA²⁰, empresa para-estatal que se ha dedicado a importar, rehidratar y distribuir leche subsidiada a las poblaciones marginales. Por otra parte, frente a la escasa producción nacional, la agroindustria incrementó constantemente su demanda en leche en polvo importada, y de otros subproductos, especialmente a partir de los años 1970-1975. Esas importaciones sirvieron para la elaboración de leche rehidratada, pero también de diferentes tipos de lácteos (queso, yogurt, etcétera). La distribución de leche a bajo precio por LICONSA acabó en los años 80 con la venta de leche bronca. El Estado atribuía los derechos para importación de leche en polvo y otros lácteos.

Emergieron entonces cuatro subsectores lecheros, conformando lo que en la literatura se ha denominado el sistema lácteo nacional mexicano (SLM) (Álvarez, 1994b; Del Valle, 2000). Es en términos de la evolución de cada subsector (o subsistema), de sus oposiciones y complementariedades, de su diferente desempeño diferenciado, que se podrá entender la dinámica global del SLM.

La situación del SLM, al empezar la segunda década del siglo XXI, era entonces el resultado de una historia marcada por una serie de acontecimientos económicos, sociales, tecnológicos y políticos. Entender esa historia da las claves de lectura necesarias para entender la situación actual.

²⁰ LICONSA procesaba también leche de productores locales en los años 80, reiniciando esa actividad a principio del siglo XXI.

2.1.2 La situación actual del SLM: dualidad, informalidad y dificultades recurrentes

EL SLM es caracterizado por una marcada heterogeneidad entre los diferentes actores. La política de liberalización comercial, así como las políticas sectoriales que la acompañó, a veces en contradicción, reforzaron la división del SLM, y su integración en el sistema lechero mundial.

2.1.2.1 Orientaciones de las políticas lecheras mexicanas de 1994 a 2009

La política lechera desarrollada a partir de 1995 se dio 4 objetivos principales, en la continuidad del PRONTHAL (Castro et al, 2001; Mariscal *et al.*, 2004):

- Liberalización de los precios;
- Procedimientos para ejercer los cupos libres de arancel sin afectar el sector nacional;
- Incremento de la producción lechera: repoblación del hato, genética, asistencia técnica y veterinaria, infraestructuras productivas;
- Establecimiento de normas de etiquetado para distinguir los productos genuinos de los adulterados (formulas lácteas), y evitar la competencia desleal.

En 1995, dentro de las nuevas políticas agropecuarias, se lanzó un programa integral para la producción agropecuaria y el desarrollo rural: la Alianza para el Campo (AC). La Alianza incluía 3 ejes, entre ellos el de Fomento Ganadero. Se dividía en varios programas destinados al fomento de la producción ganadera, y lechera en particular. Entre 1996 y 2000, el fomento lechero se hizo vía el programa de Producción de Leche y Sustitución de las Importaciones (Del Valle, 2007). Posteriormente, los productores de leche han podido pretender a diferentes programas genéricos o específicos al sector, dentro de la AC (Villa, 2007):

- Programa de recuperación de tierras de pastoreo y de establecimiento de praderas;
- Programas para el mejoramiento genético y el programa para el ganado mejor;
- Programa de Fomento Lechero
- Programa de Sanidad e inocuidad agroalimentaria;
- Diversos programas destinados a mejorar y consolidar la organización, la formulación de proyectos, la asistencia técnica, la adquisición de capacidades, etcétera

En el 2008, los productores agropecuarios podían pretender a 4 tipos principales de apoyo: el PROCAMPO, el ASERCA, el PROGAN y Alianza para el Campo. El primero, que representaba entre 30 y 40% del presupuesto total de SAGARPA, beneficiaba a los ganaderos con tierras en las cuales se había cultivado maíz o uno de los demás cultivos elegibles; el segundo también beneficiaba a los productores que comercializaban granos básicos. El tercero se enfocaba específicamente a la ganadería extensiva. Sólo una parte del cuarto programa se destinaba específicamente a la

producción pecuaria, a través de su componente de “Fomento Ganadero” (una quinta parte del presupuesto de Alianza). Su meta era compensar la disminución de los apoyos públicos al sector, resolver los problemas de baja capitalización (fomentando la inversión) y aumentar la productividad, integrando también la problemática de la inocuidad alimentaria. En el sector lechero, el mejoramiento de la productividad se enfocó en la genética, las tierras de pastoreo, los equipos, etcétera. Entre 1993 y 2003, los resultados no fueron tan significativos: la productividad laboral creció de 1.3% por año (incluso bajó entre 2000 y 2003), la productividad por cabeza disminuyó, no hubo mejoramiento del nivel tecnológico, los créditos siguieron muy escasos, y los apoyos se concentraron entre unos pocos productores²¹ (Tillie y Cervantes, 2008). Los programas como el PROGAN, o el de “ordeña por contrato”, favorecieron en primer lugar a los productores más grandes, vinculados con agroindustrias formales (Bello O., 2009; Carrera C., 2007). Los ganaderos a menudo ni se enteraban de los programas²², y su obtención es un proceso largo, complejo e incierto; la ayuda de “tramitólogos” es en general necesaria. Si el nivel relativamente alto de ESP indicaba un alto nivel de apoyo a la producción de leche (CCEDR, 2004), se podía relativizar el indicador de soporte al precio (en el cual la tasa de cambio tiene una fuerte influencia, por el modo de cálculo del ESP realizado en base al precio internacional en dólares); y la fracción vinculada con un apoyo a la inversión era por su parte muy reducida.

Otra política promovida por el Estado ha sido el fomento de organizaciones campesinas. Ventura C. (1998) dio el ejemplo de una Unión de productores de leche de los Valles Centrales de Oaxaca, en la continuidad de otras experiencias colectivas en el campo mexicano (Valdivia C., 1977). Muchas veces, las organizaciones de productores primarios (y lo mismo ocurre con cooperativas de transformación e organización de pequeños agroindustriales) remiten acciones colectivas más coyunturales, poco consolidadas, vinculadas a las oportunidades ofrecidas por las políticas públicas. Sus logros principales consisten en conseguir apoyos primero financieros y técnicos para los socios. De hecho, el 50% de los productores se organizan con el principal motivo de conseguir apoyos (Del Valle, 2000). Luego surgen a menudo problemas en el manejo de la organización, y se acusan a los directivos de no administrar la organización de manera adecuada, y en particular de desviar recursos. El desarrollo de capacidades organizativas hace falta en muchos casos. Por otro lado, la falta de continuidad en los apoyos impide a menudo de trabajar sobre el largo plazo en organizaciones dependientes del apoyo financiero, humano y administrativo externo. Conclusiones muy similares

²¹ A menudo los ganaderos más grandes; además los pequeños productores utilizan a menudo los pocos apoyos que reciben para sobrevivir, más que para invertir. Si invierten, prefieren comprar vacas que equipos.

²² Por ejemplo, en la Sierra de Jalmich, los ganaderos se enteraron de los apoyos del PROGAN 5 años tras la creación de ese programa.

sobre las organizaciones se plantearon al estudiar la acción colectiva en dos cuencas lecheras muy diferentes (Poméon *et al.*, 2007).

Una forma de organización más exitosa que se implementó han sido los grupos GGAVATT (o similares, como los grupos PAI)²³, que lograron agrupar a los ganaderos en torno a otro motivo que conseguir apoyos. Se articulan alrededor de un técnico, que asesora los productores, individualmente, pero también organiza reuniones y visitas colectivas, en las fincas de los miembros. Así se refuerza la costumbre de intercambiar entre ganaderos. Los GGAVATT son financiados por los ganaderos, con el apoyo del gobierno. Reúnen en general a los productores más motivados, y con mayor capacidad de inversión (Aguilar B. *et al.*, 2007). Como en otras experiencias (Ventura C., 1998), la presencia del técnico es un elemento clave en la movilización y animación de un grupo. Primero porque casi todos los ganaderos comparten el interés para resolver problemáticas técnicas, y recibir asesoría; y también porque es alguien exterior a la comunidad, a las relaciones a veces complicadas en las cuales están sumergidos los productores (donde se mezclan a menudo las esferas profesionales, domésticas y políticas, con sospechas y rumores de todo tipo, etcétera).

A fin de cuentas, a pesar de su voluntad de abrazar las diferentes dimensiones de la problemática del SLM, la política lechera actual sufre aun varios sesgos. La separación entre las políticas agropecuarias, agroindustriales, comerciales, sanitarias que conciernen el SLM, manejadas a menudo sin coordinación por diferentes secretarías, dependencias y organismos, acentúa la confusión de la política sectorial. Los programas no son bien enfocados y definidos, y a veces redundantes: entre el programa de “ganado mejor” y el de “mejoramiento genético”, la diferencia es sutil. Se ha tratado de resolver ese problema de congruencia y coherencia de los diferentes aspectos de Alianza para el Campo con el programa de Desarrollo de Proyectos Agropecuarios Integrales. Si la aplicación de los programas dejó un poco de margen a las entidades federativas (modalidades, fondos), siguen fuertemente centralizados en su diseño, a pesar de la gran heterogeneidad entre las diferentes regiones y cuencas lecheras del país. Sin embargo no se ha logrado mucho. Además, los programas y su financiamiento sufren de discontinuidad tanta política como financiera, lo que impide un efecto a largo plazo y el desarrollo de un consenso fuerte entre el Estado y los productores (Villa, 2007). Incluso a veces no se tiene previsto el presupuesto suficiente para alcanzar a cubrir todas las solicitudes de apoyo. Los estímulos a los ganaderos han tendido hacia la disminución en los últimos años, por una reducción de los fondos. Por ejemplo FIRA (2008) constató que entre 2004 y 2007, los créditos otorgados a los productores disminuyeron²⁴. Cervantes *et al.* (2001) reportaron que entre

²³ PAI para Proyecto Agropecuarios Integrales; GGAVATT para Grupo Ganadero de Validación y Transferencia de Tecnología.

²⁴ Además entre 80 y 90% de los créditos otorgados beneficiaron a los grandes productores (FIRA, 2008).

1990 y 1999, disminuyeron las ayudas y los financiamientos públicos al sector agropecuario en general, y a la ganadería en particular.

En la continuidad de las políticas previas, las políticas ganaderas buscaban una mayor tecnificación, siguiendo el modelo Holstein (Villa, 2007), o una adaptación basada en un pastoreo intensivo²⁵. A pesar de lo planteado en la Ley de Desarrollo Sustentable y los diferentes programas, se siguió ignorando en gran parte la heterogeneidad y complejidad del SLM y de sus retos. Se dejó de lado la cuestión de la dinámica de las cadenas productivas, a pesar de su fuerte influencia en la dinámica de los sistemas ganaderos (Muñoz *et al.*, 2003; Mariscal *et al.*, 2004). La creación de los Sistemas Productos²⁶, bajo el control de la SAGARPA, pretendía instaurar espacios de concertación y diálogo, entre los diferentes eslabones de la cadena, las administraciones, y la academia. Para cada sistema producto (en nuestro caso el sistema “bovino leche”) se formó un grupo y se elabora un plan rector, a nivel estatal y nacional. Si esos entes constituyen un aporte interesante, su impacto fue aun muy poco significativo, que sea a nivel de la regionalización, de la participación de los diferentes actores, de la elaboración de planes rectores (hechos por obligación, pero con poco seguimiento). No ha reequilibrado las asimetrías entre actores, sino que más bien las ha revelado e institucionalizado (Álvarez *et al.*, 2008).

Pero más que las políticas sectoriales, lo que más influyó en la evolución del SLM a partir de la década de los 90 fue la política comercial, y la consolidación de la liberalización del sector, que terminó de vincular por completo el destino del sector lechero mexicano con el sistema mundial.

2.1.2.2 Internacionalización del SLM: consecuencias de la liberalización del mercado

Para comprender las evoluciones del SLM a partir de 1990, es necesario considerar el contexto internacional. En efecto, en los años noventa, el SLM completó su integración al sistema lechero internacional, empezada en 1944 con las primeras importaciones de leche en polvo. México, a pesar

²⁵ Sin desarrollar el contenido y alcance de cada tipo de apoyo, podemos citar los programas para la adquisición de activos productivos, el esquema de apoyo a compras de leche (ordeña por contrato), el fondo de estabilización para la comercialización de la leche, y otros ya mencionados, como formas de apoyo que sólo tienen sentido para los productores intensivos, o por lo menos semi-intensivos, vinculados con las grandes agroindustrias formales.

²⁶ Los sistemas productos son presentados de la manera siguiente por SAGARPA:

“Desafíos del sector rural de México: superar sus rezagos estructurales y sus disparidades regionales y crear condiciones de productividad y eficiencia. El gran reto: construir un campo con una nueva visión: moderno, productivo y competitivo que redunde en mejores condiciones de vida para la sociedad rural. Los Sistema Producto es el conjunto de elementos y actores concurrentes de los procesos productivos de productos agropecuarios, incluidos el abastecimiento de equipo técnico, insumos y servicios de la producción primaria, acopio, transformación, distribución y comercialización”.

Véase en <http://www.sagarpa.gob.mx/agricultura/Publicaciones/SistemaProducto/Paginas/default.aspx>

de ser el duodécimo país productor de leche en el mundo, es uno de los importadores principales de lácteos: en 2008 seguía siendo el primero para leche en polvo, el tercero para mantequilla y el cuarto para queso (SIAP, 2008). Según la base de datos del INEGI (2008), las importaciones de productos lácteos representaban 11% del valor de las importaciones totales de productos alimenticios en 2007. Según datos de FAOSTAT, tras haber llegado a representar el 30% de las disponibilidades totales en lácteos (en volumen), las importaciones se estabilizaron a partir 1995 a unos 20%²⁷ (Figura 2). Los principales proveedores de lácteos para México son EE.UU (66%), Nueva-Zelandia (12%), la Unión Europea (UE) (7%), Uruguay (5%) y Chile (5%), según la CANILEC²⁸.

Pero a pesar de ser uno de los países como mayores importaciones, México es un simple tomador de precio, en un mercado donde las variables más influyentes son el comportamiento de la oferta generada principalmente por EUA, la Unión Europea (UE) y Oceanía, y por un demandante menor, pero cuya influencia en los mercados parece imprescindible: China. Como país dependiente, México no tiene otra opción que de seguir el modelo de producción, transformación y consumo impuesto por los actores dominantes del mercado mundial de la leche. Esto ha hecho que nuestro país sea uno de los principales donde se han instalado las empresas transnacionales (ETN) lácteas (Álvarez, 1994).

Desde 1994, México abrió ampliamente sus fronteras a las importaciones, en el marco del TLCAN y otros acuerdos bilaterales (con la UE, Chile, Uruguay, etcétera) así como dentro de los acuerdos multilaterales de la Organización Mundial del Comercio (OMC). En 1994 acordó, en el marco de la OMC, una cuota de 120 000 t de leche en polvo descremada libre de aranceles, y de 40 000 t para EUA, cifra que iba creciendo año con año. Actualmente el arancel²⁹ es de 63%, aunque cabe notar que el 90% de esas importaciones no pagan aranceles por provenir de EUA, y una pequeña parte de la UE.

A nivel de los quesos, los aranceles varían de 20 a 125% en el marco de la OMC según el tipo de queso; a nivel del TLCAN, se impuso un arancel de 20% para quesos, y de 40% para quesos frescos, antes de su total liberación total en 2004. Pero fue en realidad ya casi efectiva desde 2001: mientras que se ampliaban sistemáticamente los cupos libres de aranceles para la leche en polvo, se aplicó la misma flexibilidad para los productos lácteos. Sin embargo, ésta fue efectiva desde 2001, ya que mientras se ampliaban sistemáticamente los cupos libres de arancel para leche en polvo, se aplicó la

²⁷ Sin embargo, según otras cifras (Del Valle, 2000; CNOG, 2008), la tendencia sería más fuerte al importar México entre 35 y 40% de su consumo nacional aparente de lácteos en 2007.

²⁸ www.canilec.org.mx

²⁹ Todos los aranceles aquí mencionados se tomaron de la base de datos de la Secretaría de Economía: <http://www.economia-snci.gob.mx:8080/siaviWeb/siaviMain.jsp>

misma flexibilidad para los demás productos lácteos. En la actualidad las importaciones prácticamente no pagan arancel, éstas en su mayoría provienen de EUA (60%, especialmente quesos frescos), de Chile (15%), de la UE (10%) y de Uruguay (10%). Sólo el 5% de los quesos importados pagan un arancel equivalente a 20% *ad valorem* para quesos duros y semiduros, y de 45% para el queso tipo “Egmont”. El TLCAN (y en menor medida otros acuerdos de libre comercio) parecen haber influido en el origen de las importaciones de quesos, ya que se incrementaron en gran medida las provenientes de EUA y Chile, mientras que disminuyeron las provenientes de Nueva Zelanda, a pesar de ofrecer precios más bajos.

La Figura 3 muestra que los quesos cuya importación ha crecido más fueron los frescos (especialmente tras la liberación total de aranceles en el TLCAN en 2004), por encima de los “demás quesos”, y los quesos duros y semiduros cuyo volumen importado ha tenido un comportamiento errático. La mayoría de los quesos adquiridos en el exterior se destinan al consumidor final, sin embargo, una parte se canaliza a la elaboración de queso fundido, en particular los llamados “quesos pastas” provenientes de Uruguay (Del Valle, 2007).

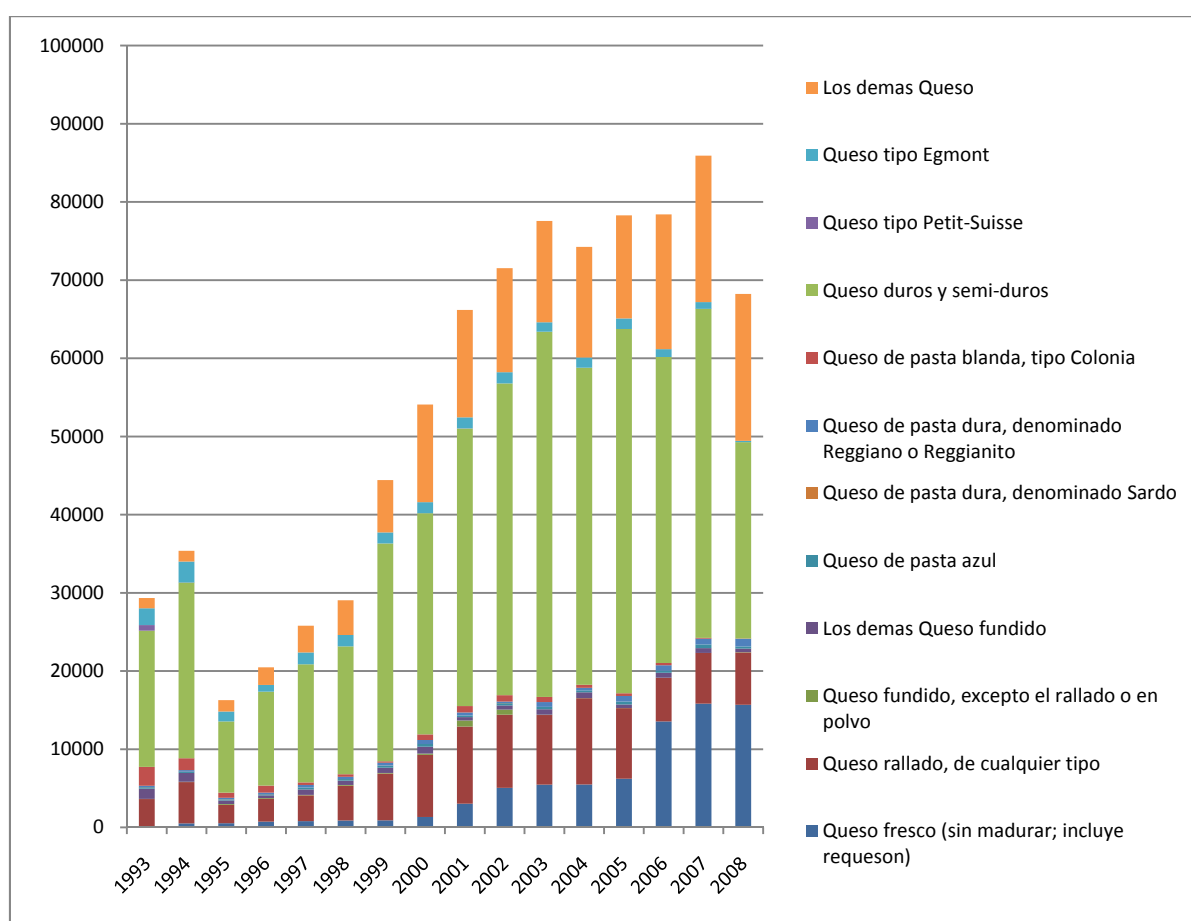


Figura 3: evolución de las importaciones de queso en México por fracción arancelaria (fuente: elaboración propia con datos de Boletín de Leche-SIAP, Información Pecuaria-CNOG y Lactodata)

Las importaciones provenientes de EUA, de preparaciones con base en sólidos lácteos, están libres de arancel desde 1999, por lo cual sustituyeron en parte a la leche en polvo. Gracias a los acuerdos bilaterales posteriores con Chile y la Unión Europea, estos países, mayormente proveedores de preparaciones lácteas, también se beneficiaron de un arancel cero. Sólo el 20% de las importaciones de preparaciones con base en lácteos, provenientes de Argentina, tienen hoy un arancel de 109%, pero cada año, por lo menos desde 2005, el gobierno otorga un cupo libre de arancel para importar alrededor de 44 000 t de preparaciones con base en lácteos, lo que representa una liberalización casi total del mercado. Motiva esa medida por la escasez de leche de la cual afirman padecer las grandes agroindustrias lácteas.

Desde la puesta en marcha del TLCAN la tendencia ha sido una estabilización de las importaciones de leche en polvo, a un nivel cercano a 150 000 t por año, frente a un aumento mucho mayor de las preparaciones y los derivados lácteos; lo cual parece indicar una sustitución de las importaciones de leche en polvo por la importación directa de productos lácteos finales, y de diferentes subproductos lácteos o no³⁰, como la caseína, los caseinatos, o la grasa butírica, etcétera. SAGARPA-CGG (2005) reportó que entre 1993 y 2004, se pasó de la importación de 2000 millones de litros en leche en polvo (en equivalente de litros de leche) y 10 millones de litros en preparaciones (con más de 50% de sólidos lácteos), a respectivamente 1500 millones y 900 millones.

Según datos del Boletín de leche (SIAP, 2008), se reporta un incremento generalizado en el volumen importado de lácteos entre 1998 y 2008:

- Más de 23% para la leche en polvo (173,000 t en 2008);
- Más de 130% para los quesos (con 68,000 t)³¹ (Figura 4). La participación de los quesos en el total de las importaciones aumentó significativamente desde 1993. En efecto representaron en 2008 el equivalente a 680 millones de litros de leche³², o sea el 27.3% del total de lácteos importados (en leche equivalente). Este cifra era de tan sólo de 3.8% en 1990, y se disparó a

³⁰ Esos productos son utilizados, en recombinación con otros productos de origen animal o vegetal (grasa butírica o vegetal, proteínas, almidón, etcétera) para elaborar formulas lácteas o derivados lácteos (quesos y yogures análogos,...), a menudo de menor calidad que los productos hechos de leche fluida, pero más baratos. Se reducen los costos de transporte, ya que son más concentrados. Se estima que cada kilogramo de caseína equivale al contenido de 39L de leche, y que en el primer trimestre de 2010, se importaron más de 200,000t de caseínas (Pérez U., 2010). Además permiten esquivar los aranceles, más fuertes para la leche en polvo que para esos productos derivados de la leche.

³¹ Otras cifras reportadas en el mismo Boletín Leche (SIAP, 2008) estiman, a partir de datos del USDA, en 90 000 toneladas las importaciones de queso en 2008. Esas cifras confirman el creciente déficit entre oferta y demanda de queso que se debe compensar por importaciones.

³² Se parte de un rendimiento de 10 L de leche para un kilogramo de queso. Sin duda esta cifra está sobrevaluada, especialmente para los quesos frescos, y también porque el volumen de queso importado incluye el requesón; sin embargo, permite destacar el creciente aumento de las importaciones de quesos dentro del concepto de importaciones lácteas, y es similar a los cálculos realizados la base datos de Lactodata.

partir de 1998 (Figura 5). El componente de queso fresco ha tenido un aumento espectacular, de las 115 toneladas importadas en 1993 pasó a 15,677 t en 2008.

- Más de 40% para los sueros y lactosueros (90,000 t). Además de considerarse materia prima barata, los últimos han sido valorizados por su alto contenido proteico, aunque no sea de la mejor calidad (Del Valle, 2000);
- Las importaciones de preparaciones con base de lácteos bajaron de 48,000 t en 1999 a 31,000 en 2008. Sin embargo las cifras muestran un carácter muy errático, ya que en 2004 y 2005 eran de alrededor de 120,000 t, después cayeron a 45,000t en 2006 y 2007. Antes no había reporte sobre ese tipo de importaciones. En el 2005, se estimaba que de los 126L de leche anuales disponibles por mexicano, nueve correspondían a preparaciones con base en sólidos lácteos (Alfa-editores, 2009).

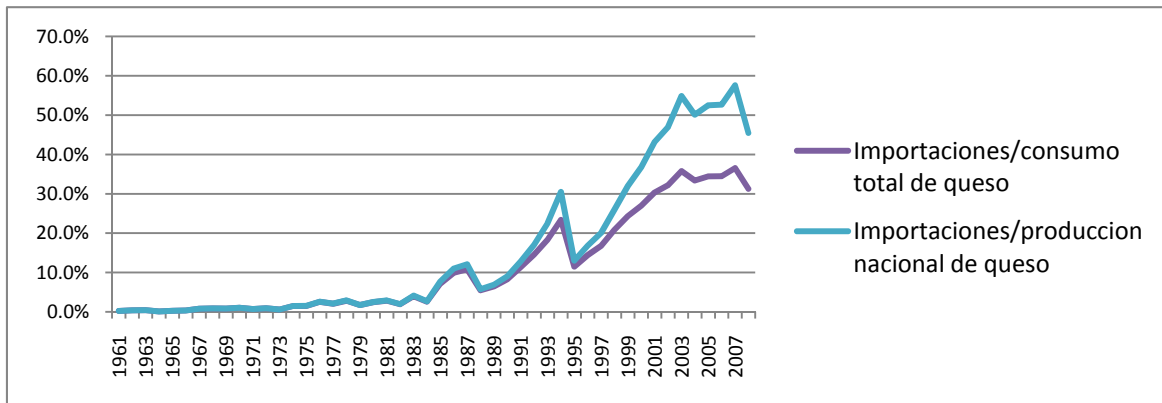


Figura 4: Participación de las importaciones de queso en cuanto a la producción nacional y al consumo aparente total de queso de 1961 a 2008 (elaboración propia con datos FAOSTAT, 2009 y SIAP, 2008)

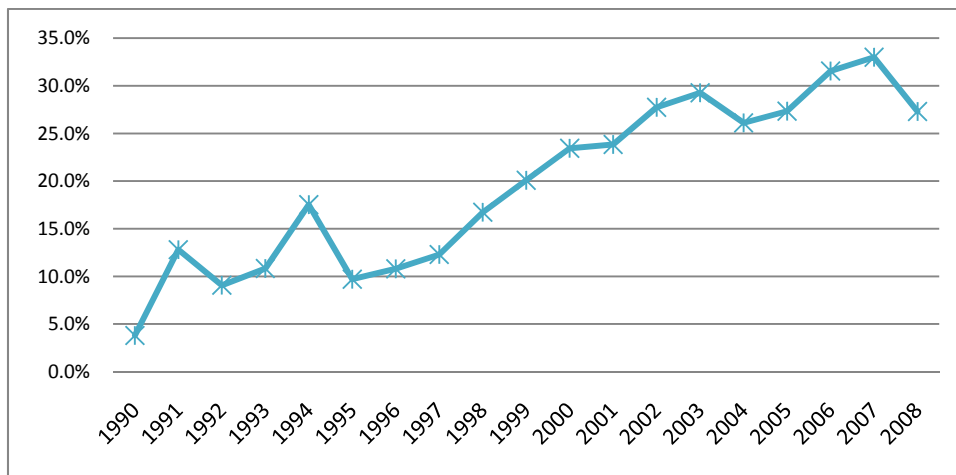


Figura 5: Participación de las importaciones de quesos en las importaciones totales de lácteos, en equivalente leche entre 1990 y 2008 (elaboración propia con datos FAOSTAT, 2009, y SIAP, 2008)

Sin embargo, en 2008 el volumen importado de quesos, lactosueros y preparaciones con base en productos lácteos sufrió un decrecimiento importante. La tendencia vigente desde la década de 1970

da un aumento paulatino de las importaciones para compensar el insuficiente crecimiento de la producción nacional pareció disminuir. Pero debido al comportamiento errático de los precios en esos años y a los efectos de la crisis que afecta a los hogares mexicanos³³, es difícil afirmar que se trate de un fenómeno estructural; y es probable que se explique más por el alza de precios. A nivel coyuntural se anunció a principios de 2009 que el consumo de lácteos estaría empezando a estancarse o incluso decrecer, situación que puede en efecto atribuirse a la crisis económica mundial y al incremento de la pobreza en México.

En cuanto a las exportaciones no parece relevante mencionarlas, dado el volumen irrisorio frente a las importaciones; no obstante, SAGARPA-CGG (2005) reporta que se exporta queso a EUA y América Central. Hubo un fuerte crecimiento en esas exportaciones en términos relativos, aunque en términos absolutos se elevaron a sólo 4 600 t (contra 860 t en 1998) (SIAP, 2008), en particular hacia EUA, que recibía en 2007, dos terceras partes de las exportaciones queseras de México. Sin embargo, esa cifra no incluye todo el negocio extraoficial que se da entre México y EUA para proveer el mercado nostálgico de los emigrantes (Matus, 2007). La legislación sanitaria constituye sin embargo una barrera importante para la exportación de quesos mexicanos a EUA, a pesar del fuerte potencial del mercado que constituyen los migrantes mexicanos.

Los productores de leche no han podido participar en la negociación del TLCAN³⁴ y no recibieron la adecuada información (Mc Donald, 1997). La progresividad de la apertura comercial no se respetó completamente, y los apoyos a los productores de leche no fueron suficientes ni bien distribuidos para compensar la presión ejercida por la competencia internacional. El TLCAN debía permitir aprovechar las complementariedades entre ambos países, pero las desigualdades eran demasiado profundas; al contrario para algunos sectores se acentuaron las asimetrías y las dependencias respecto a EE.UU. Además, en el marco de otros acuerdos bilaterales y multilaterales, el SLM es hoy plenamente integrado al sistema lechero mundial, lo que tuvo diferentes consecuencias según los subsectores del SLM.

La liberalización afectó fuertemente a los diferentes actores del SLM, en particular a nivel de la producción de leche. Es a raíz de esos cambios, pero también de la trayectoria histórica de la

³³ En el 2008, según un artículo de Martínez (2003), las ventas de yogur se redujeron 48% con respecto a 2000, las de crema 40% y las de postres 27%; el queso bajó 15% y la mantequilla 13% en lo que Datamonitor (una empresa que realiza investigaciones de mercado) y considera el peor descenso desde 1998. El principal factor sería el alza de precios de los lácteos, junto a la crisis económica y la recesión. <http://www.cnnexpansion.com/expansion/2009/04/06/leche-amarga>

³⁴ Según Rodríguez y Chombo (1998), los representantes del sector han sido las grandes industrias del CAL, a través de CANILEC, y grandes ganaderos, en particular productores de carne. A pesar de las recomendaciones, no se excluyó la leche del TLCAN, como lo hizo Canadá.

ganadería lechera en México, que se debe entender su conformación actual, y la co-existencia de sistemas de producción muy diferentes.

2.1.2.3 Los actores de la producción de leche en México: diversidad de los sistemas de producción

Existen en México unas 800,000 unidades dedicadas a la producción de leche, de las cuales 114,000 se consideran como parte del sistema intensivo (Pelayo y Tejada, 2008). La productividad promedio por vaca en México sigue muy baja (SIAP, 2008): pasó de un promedio de 1450L/vaca/lactancia en 2004 a 1600L en 2008. Por comparación, en EE.UU pasó en el mismo lapso de 8600L a 9390L. En lugar de reducirse, la brecha entre los dos países, reunidos por el TLCAN, se profundizó. Además, esa cifra de la productividad esconde realidades muy diversas en el caso mexicano. La producción de leche es un sector muy heterogéneo, que conglomeró diversos sistemas de producción (Cervantes *et al.*, 2001; Castro *et al.*, 2001; Villa, 2007; FIRA, 2008):

1. La lechería intensiva: es típicamente el modelo Holstein, con unidades que van de 30-40 vacas hasta centenares o incluso millares de vaca. Se desarrolla principalmente ese sistema en la Comarca Lagunera, en el Occidente (Altos de Jalisco, Aguascalientes), en el centro del país (Tizayuca, Queretaro). Ese sistema aporta entre 50 y 52% de la producción nacional de leche, según los autores. Con tan sólo las regiones de la Laguna y de Jalisco, se junta 40% de la producción nacional (CFCE, 2003). La productividad promedio anual es de 7,100L/vaca. La creciente importancia de este sistema se explica por mitad por un incremento de la productividad, y por otra mitad por el aumento del hato (en el caso de la Comarca Lagunera; según los datos del Plan rector del Sistema Producto de leche de la Comarca Lagunera). El destino de la leche es principalmente las grandes agroindustrias, que producen leche fluida y derivados lácteos (yogurt, queso, etcétera). Dado las diferencias en términos de tamaño y de integración vertical de los ganaderos, existen también grandes diferencias en cuanto a los resultados técnico-económicos y estrategias seguidas por los diferentes actores de ese sistema de producción.
2. La lechería familiar: se trata de pequeñas unidades de producción, juntando de 1 a 20 vacas en promedio, asociando agricultura y ganadería, técnica y económicamente limitadas. En su clasificación, FIRA (2008) divide esa categoría, entre los sistemas semi-tecnificados y estabulados, de traspatio, con extensión de tierra muy limitada por productor (ver por ejemplo el caso de la cuenca de Tlaxco, Tlaxcala, en Poméon *et al.*, 2007); y los sistemas de pastoreo familiar, con mayor importancia del pastoreo (como en los Altos de Jalisco; ver Rodríguez y Chombo, 1997). Sin embargo en ambos casos, se tratan de hatos compuestos de Holstein, con un bajo nivel tecnológico y un uso reducido de insumos exteriores (por límites

económicos). Por lo tanto se inscriben globalmente en la misma lógica de producción y estrategias de vida. Ese sistema asegura del 30 al 41% de la producción, según las estimaciones. Se mantuvo e incluso desarrolló en las últimas décadas, por representar la producción de leche una estrategia que interesó los campesinos, para valorizar los cultivos en un contexto de disminución de los precios agrícolas, para diversificar sus ingresos, e invertir los ingresos generados por la migración (Rodríguez y Chombo, 1997; Keilbach *et al.*, 2001; Poméon *et al.*, 2007; Cesín *et al.*, 2009). La productividad anual por vaca alcanza unos 2,100L. La leche se destina por parte a grandes agroindustrias, especializadas en leche fluida y derivados, pero también es fuertemente vinculada con agroindustrias de menor tamaño, más o menos artesanales e informales, que se dedican a la producción de queso y yogurt. Este sistema es muy difundido en todo el Altiplano, y hasta la parte norte del país.

3. La lechería tropical: se trata de un sistema de producción extensivo³⁵, poco productivo pero con pocos gastos. Sólo se produce un promedio de 675L anuales por vaca. Su rentabilidad se basa en el uso casi exclusivo del pastoreo para la alimentación, y en una asociación entre producción de leche y producción de becerros vendidos al destete (7-10 meses) (por lo tanto a menudo se califica de sistema doble propósito). En algunos casos se asocia también con la cría y engorda de los novillos. Si pueden existir grandes diferencias en términos de tamaño de las unidades de producción (hectáreas y hatos), las unidades tropicales son globalmente similares en cuanto a su funcionamiento, con baja tecnología y basado en la crianza de cruza cebú/ganado “fino” (Holstein, Suizo europeo o americano, Simmental,...). La producción de leche en ese sistema es muy fluctuante y por lo tanto muy difícil estimar. Las estimaciones varían entre 9 y 20% de la producción. Si juntamos la producción de los estados donde domina esa producción (Veracruz, Tabasco, Chiapas, etcétera), para el año 2008 (SIAP, 2008), su participación fue de alrededor del 14% de la producción total de leche en México. Sin embargo, según las cifras del censo agrícola realizado por el INEGI en el 2007 (el último databa de 1990), la producción de doble-propósito alcanzaría el 37% de la producción nacional, o sea un nivel muy cercano al de 1990, cuando la ganadería de doble-propósito tenía su auge, frente a una ganadería intensiva y semi-tecnificada deprimida³⁶. La leche de

³⁵ Aunque la carga animal por hectárea, a veces muy elevada, nos obliga a relativizar el término de “extensiva”. Sin embargo, son sistemas extensivos en el sentido que se tiene un bajo nivel de capitalización por hectárea.

³⁶ Según los datos del censo, la producción de Veracruz, comparada a la que se da en otras fuentes, por ejemplo el Boletín de Leche del SIAP (2008), ha sido ampliamente subestimada: el INEGI da una producción anual de 1,243 millones de litros, o sea el doble que el SIAP; la producción de Chiapas pasa de 350 millones de litros anuales según el SIAP a 519 millones según el INEGI. Aparecen nuevos estados en los primeros lugares, como Sinaloa, con fuerte participación de la producción de doble-propósito, con 538 millones de litros según INEGI contra menos de 100 millones según el SIAP. Los estados con una tradición de producción estabulada (intensiva o familiar) ven su producción bajar entre las estimaciones del SIAP y las del INEGI. La producción total mexicana es más importante de 230 millones de litros comparando las cifras del INEGI con las del SIAP.

esas unidades se destina principalmente a la agroindustria grande para la producción de leche industrializada (Nestlé) y cada vez más a queserías más o menos informales.

2.1.2.3.1 Las especificidades de la lechería tropical

Si este sistema tiende a perder peso en la producción lechera (lo que pone en duda las cifras del censo agropecuario), sigue siendo muy importante por varias razones. Primero, representa un gran número de unidades, y por lo tanto es clave para la economía de muchas familias mexicanas. En algunas zonas tropicales, es la principal y a veces casi única fuente de ingresos. Por otra parte, en el sistema de doble propósito (SDP) se produce una leche con características particulares en términos de composición, por el pastoreo y las razas utilizadas (Villegas, 2004), diferente de la leche producida en el modelo Holstein. El pastoreo tiene un impacto positivo sobre la calidad de los ácidos grasos de la leche (Regnault, 2004), y por lo tanto sobre las características sensoriales y también saludables de esa leche. Otra particularidad del SDP, es su estrecho vínculo con la producción de quesos, por agroindustrias más o menos informales (Álvarez, 1994b; Muñoz *et al.*, 2003). De por su organización, corresponde cada vez menos a los requisitos de calidad y sobre todo de regularidad que tienen las agroindustrias formales. Así se destaca en un peso creciente de los queseros en zonas tropicales, que ofrecen una gran diversidad de quesos tradicionales (Villegas, 2003).

Según Mariscal *et al.* (2004), 37% de las tierras tropicales tienen un uso ganadero, tras el boom del pastoreo y la *ganaderización* de las décadas 60-70. La estrategia dominante se basa en minimizar los gastos, limitando las compras de alimento, material y equipos, etcétera. Es un sistema de producción con cierta flexibilidad, como el sistema familiar. En este sistema se encuentran productores privados grandes, y pequeños productores privados y del sector social (ejidos y comunidades). A partir de 1980 se dio un proceso de “*campesinización*” de la ganadería tropical (Márquez, 2006), en particular porque la ganadería constituía una alternativa interesante en un contexto de precios agrícolas deprimidos.

El sistema de doble propósito se extiende en las llanuras costeras (Veracruz, Chiapas, Tabasco, etcétera) pero también en zonas de transición, entre climas templados y tropicales, en las Sierras Madres (Jalisco, Michoacán, Colima, Nayarit, etcétera). Se basa en la explotación de ganado cruzado (cebú con razas europeas, siendo lo más común la cruce de cebú con suizo europeo y americano) alimentado por pastoreo. Las vacas se ordeñan una vez al día, todo el año o sólo en tiempo de lluvias

Metodológicamente, el censo del INEGI es más confiable. Ahora una explicación podría ser que el concepto de “doble-propósito” haya cambiado. Sin embargo eso no explica los problemas de estimaciones de producción total por estado. Las consecuencias a nivel de planeación y política de esas cifras son considerables. En efecto las cifras del censo 2007 convierten en mito el alcance del modelo Holstein logrado en los años recientes, y valoriza la perennidad de la lechería de doble propósito y su importancia clave dentro del SLM.

(especialmente en el trópico seco); los becerros en general se venden en pie al destete. En algunos casos, se crían los becerros después del destete, y se venden de “medio ceba”³⁷. Algunos productores también los engordan, pero en general los animales se venden antes, a grandes unidades de engordas ubicadas en el Norte, el Occidente y en EE.UU.

La Nestlé ha tenido un impacto muy fuerte para el desarrollo de ese sistema de ganadería, ofreciendo oportunidades de mercado y estimulando la producción de leche por su apoyo (asesoría, créditos, participación en programas de fomento junto con el Estado) (Álvarez, 1994b; Tillie y Cervantes, 2007). Sin embargo su importancia decreció desde 1990. Varias razones podrían explicar esa situación. A nivel de estrategia interna, el acopio de leche permitía a Nestlé obtener cupos de importación. Hoy, con la liberalización de las importaciones, Nestlé puede importar productos sin problema. Además, el acopio de leche en zonas tropicales sufre la desventaja de ser costoso (muchas unidades de producción distantes, mal estado de los caminos, etcétera), y la calidad de la leche obtenida en ese sistema a menudo no cumple con las exigencias cada vez más drásticas que impusieron las grandes agroindustrias (contenido en células, carga en microorganismos, etcétera). Además, Nestlé ha sido confrontada a cada vez más competencia por parte de los queseros. Si esa actividad existió desde mucho tiempo en esas zonas, recolecta cada vez mayor parte de la leche, por tener requisitos mínimos de calidad, ser más flexibles, y ofrecer un mejor precio la mitad del año³⁸. El sector de la venta directa de leche litreada ha tendido a marginalizarse en la década de los 90’, probablemente con el desarrollo de la leche UHT y de los programas de abasto social de Liconsa.

En comparación con los demás sistemas de producción de leche, el SDP es el más autónomo y económico. Un estudio en Tabasco (Muñoz *et al.*, 2003) reveló que los ranchos donde se ordeñaban eran más eficientes técnica y económicamente que los que no ordeñaban: con la misma base forrajera y genética, obtenían una tasa de crecimiento similar de los becerros, pero los ranchos que ordeñaban beneficiaban además de los ingresos de la leche comercializada. Por otra parte, Esos ranchos movilizan más mano de obra, lo que representa un costo suplementario, pero también una ventaja para la economía regional por la generación de empleos. Además, gracias a una mayor supervisión del ganado, logran un mejor desempeño de los parámetros reproductivos. Pero la principal ventaja es económica: la explotación de la leche provee recursos todo el año, mientras que los becerros sólo se vende una vez al año. Así, el modelo de doble propósito se adecua más con la situación de productores familiares, que disponen de poca tesorería, pero más mano de obra.

³⁷ Se considera en promedio que un becerro al destete, de 8-10 meses, pesa alrededor de 200-250 kg; luego pasa a ser novillo de medio-ceba, alcanzando un peso de unos 300-350kg. Luego se finaliza la engorda del novillo para llegar a los 500-600kg.

³⁸ Aunque la otra mitad del año ofrece un precio inferior...

Este SDP tiene un potencial muy alto de incremento de la producción, por la intensificación de la explotación del ganado (pasando de 878L/lactancia/vaca a 2500L) y también por el potencial de los ranchos que no explotan el potencial lechero (los dos terceros en el caso de Tabasco) (Muñoz *et al.*, 2003). Para que se cumpla este potencial, es necesario incentivar la producción y motivar una mayor inversión en capital, tecnología y, sobre todo en un primer tiempo, mano de obra. En ese sentido, Vatin (1990) dijo que “*el acceso a una fase intensiva [de desarrollo] pasa primero por un agotamiento de la fase extensiva*”; eso podría en parte explicar porque el desarrollo de la ganadería tropical se dio sobre todo a un nivel extensivo. Pasar a una fase intensiva requiere un conjunto de condiciones y factores favorables, que conciernen múltiples aspectos: tenencia de la tierra, factores naturales (clima y suelo), tecnologías disponibles, aspectos culturales, organización de la cadena, etcétera Cochet *et al.* (2006) mostraron sin embargo que esa fase extensiva se agotó, lo que junto a otros elementos (apertura comercial, políticas de apoyo al sector ganadero) planteó una reconfiguración de los sistemas ganaderos, que todavía no se estabilizó. Uno de los nuevos rasgos es por ejemplo el desarrollo de la ganadería de doble propósito frente a la ganadería exclusivamente de carne. El carácter estacional de la producción constituye sin embargo un freno grande: restringe las posibilidades de desarrollo de las agroindustrias lácteas, y por lo tanto su capacidad a absorber más leche y estimular así la producción de leche.

También se puede promover el SDP por su mayor adecuación a una producción sustentable, frente al modelo Holstein, cuyos impactos sobre el medio ambiente son amplios: contaminación, agotamiento de las aguas subterráneas usadas para el riego (especialmente en la Comarca Lagunera), uso intenso de antibióticos. Sin embargo, hay que reconocer que el SDP no tiene un impacto ambiental no es neutral, en particular por su extensión en detrimento del bosque tropical y los problemas de sobrepastoreo.

2.1.2.3.2 Complementariedades y antagonismos de los sistemas de producción lecheros

Durante la década pasada, el dominio de la producción de leche en México se concentró en los sistemas intensivos. La lechería tropical bajó su participación relativa, mientras que la lechería familiar mantenía su participación, a pesar de las dificultades (Figura 6). Este cambio se explica por el estancamiento de la productividad del SDP, a pesar de sus ventajas en términos de costos de producción. También el Estado favoreció esa tendencia, al apoyar más a las unidades intensivas y especializadas (Cervantes *et al.*, 2001; Del Valle, 2002), y al no lograrlo dice diseñar políticas adecuadas a las particularidades del SDP (Álvarez, 1994b).

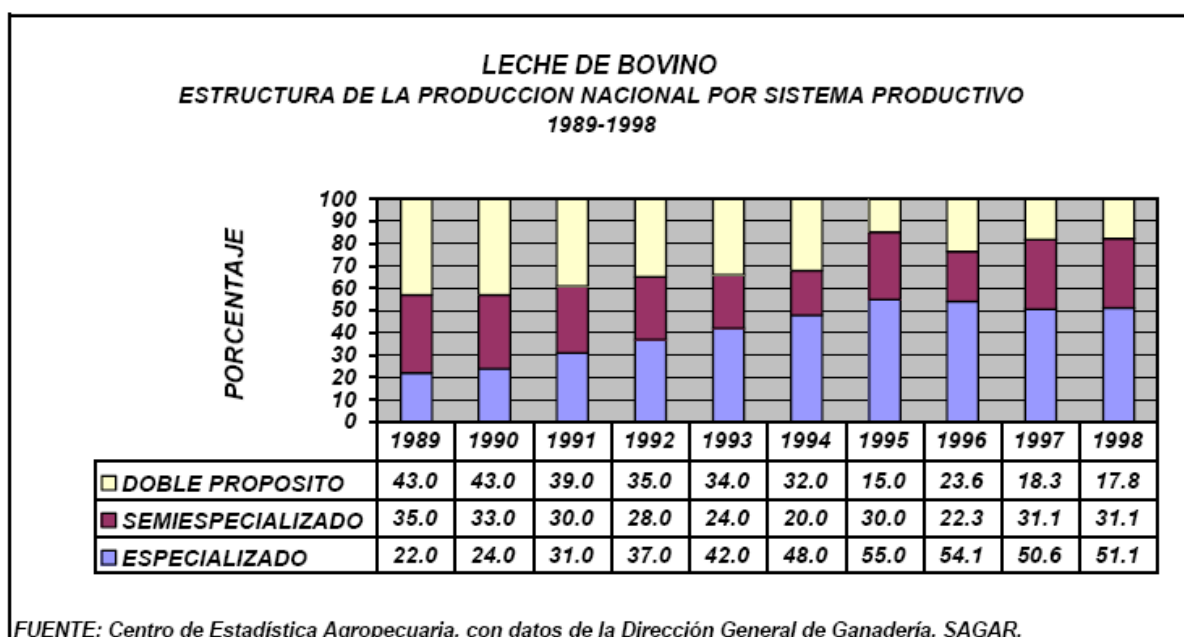


Figura 6: evolución de la estructura de la producción de leche por sistema productivo (especializado=intensivo)

A pesar de costos más importantes y de una dependencia fuerte hacia las importaciones de insumos y equipos, la lechería intensiva asegura la mayor parte de la producción. La industria, para racionalizar su aprovisionamiento, también apoyó este tipo de explotación por varios métodos de incentivo y de ayudas (Cervantes, 2003). Además, con el estancamiento de los precios y de sus márgenes, los ganaderos tuvieron que aumentar su ganado para lograr mantener sus ingresos, dando lugar a una concentración de la producción, como por ejemplo en la cuenca de Tizayuca (Poméon *et al.*, 2007). Muchos dependen tecnológicamente del extranjero (novillas, semillas, alimento, etcétera), y tienen por lo tanto costos elevados, y usan mucha agua, que se rarifica cada vez más, particularmente en el norte del país. Existen entonces dudas acerca de la sostenibilidad de esos sistemas de producción. Por otra parte los datos del censo agropecuario de 2007 ponen en tela de juicio la disminución relativa de la producción lechera del SDP, dándole más importancia que en estimaciones previas.

Además de las técnicas y prácticas empleadas, los sistemas ganaderos se diferencian también por su relación con la agroindustria. Aparte los pocos pero afortunados socios de Lala y Alpura, existe poca integración vertical en el SLM. El sector cooperativo es casi ausente, y las experiencias colectivas entre ganaderos tienden más a alimentar las discusiones sobre la imposibilidad de trabajar colectivamente en México que a constituir alternativas viables.

Los sistemas de recolección de la leche representan una variable clave para entender la dinámica del SLM y de los diferentes subsectores. Ilustran muy bien la heterogeneidad extrema del SLM. Mientras que el sistema intensivo y parte del sistema familiar manejan tanques enfriadores, en

general individuales, los productores pequeños venden la leche caliente a recolectores independientes o a queseros del sector informal. Algunos pequeños productores se organizan en grupo para enfriar la leche, condición hoy imprescindible para poder entregar la leche a la agroindustria formal. Los que no pueden adaptarse (o no quieren) no tienen otra opción que entregar la leche dentro de circuitos más o menos informales. En ese caso, el proceso de la recolección es rudimentario: una camioneta, una cubeta, unos barriles, una barra de madera para medir la leche, y a veces un pesa-leche (densímetro). Las relaciones entre productores y recolectores son muy asimétricas: alteración de la leche por los ganaderos para aumentar el volumen (con agua y otros productos), ausencia de contratos, etcétera (Zamora, 1997). Eso penaliza y debilita tanto más la posición de los productores de leche respecto al mercado. Sin embargo tampoco existen contratos en la agroindustria formal. La inestabilidad es entonces generalizada, y el sector de la agroindustria logra en general imponer sus visiones y estrategias, y captar la mayor parte del valor agregado, junto a los distribuidores.

Antes de interesarse a la problemática de la agroindustria lechera y quesera en particular, se puede sacar algunas enseñanzas de los análisis desarrollados hasta ahora, que dan elementos para comprender la dinámica de la producción de leche a nivel nacional, pero también a nivel local, en las diferentes cuencas lecheras, y que podrán ser útiles para los análisis de caso.

2.1.3 Perspectivas para la producción de leche en México

Si algunos productores lograron incrementar su productividad, la mayoría de ellos, dentro de los sistemas familiares y tropicales, mantuvieron un bajo nivel de productividad. Así la expansión la producción de leche se explicó más por un incremento del hato (sistemas intensivos) y/o de las tierras de pastizales (sistemas de doble propósito), que una mayor productividad. Los que elevaron su productividad lo hicieron a través de la importación de insumos y tecnología extranjera, con un costo elevado (Del Valle, 2000). En los sistemas intensivos, la dependencia hacia tecnologías e insumos externos, así como el costo ecológico de tales sistemas (agotamiento del manto acuífero en la Laguna, contaminación; en el trópico, erosión, agotamiento de la frontera agrícola) limitan a expansión de la ganadería, y la vuelven inestable. Por otra parte, la integración tanto vertical como horizontal en la cadena de leche es parcial y poco consolidada, lo cual afecta a muchos actores del SLM. La integración se limita a unos productores, como de hecho se limita también a unos actores el beneficio de las políticas de apoyo al sector.

Tillie y Cervantes (2008) mencionaron que un importante problema para el SLM ha sido las contradicciones entre políticas de fomento productivo y políticas comerciales, lo cual impidió la

efectividad del esquema de transición hacia una economía liberal. Mariscal *et al.* (2004) denunciaron también ese desfase, que incrementó la exclusión de los pequeños productores, generando una intensificación de los flujos migratorios. Entre el intervencionismo y el neoliberalismo, se pretendía hacer una reforma gradual y no tan radical; pero no se aprovechó realmente los periodos y herramientas de transición, por lo cual el cambio fue bastante brutal. Incluso cuando las condiciones en el mercado internacional favorecen la producción nacional, el contexto interno impide la capitalización (con el mantenimiento de precios bajos por la agroindustria, pero también los problemas de acceso al crédito, a los insumos, etcétera). Los problemas del SLM son profundamente estructurales, y no se podrán resolver por la supuesta poderosa mano invisible del mercado.

Sin embargo, en ese contexto, entre 1994 y 2007, la producción nacional de leche siguió una fase ascendiente. Después de un estancamiento, vinculado con la crisis bancaria del 1994, que afectó a muchos ganaderos directa (endeudamiento, cartera vencida) o indirectamente (aumento del precio de los insumos importados, contracción de la demanda), el crecimiento fue sostenido hasta el 2000, con una tasa superior al 5% anual (Figura 1). Ese crecimiento se dio en gran parte en los sistemas intensivos (como en la Comarca Lagunera, cf. García *et al.*, 2004). Sin embargo desde el 2000, la producción ha crecido con menor velocidad. Por su parte las importaciones han seguido un ritmo de crecimiento similar, estabilizando su participación relativa a la disponibilidad de lácteos entre 20 y 25%. Además de la reducción de presupuestos, la política comercial, con la oficialización del arancel cero para productos lácteos dentro del TLCAN, condujo a los productores a tomar una postura de espera. Las perspectivas no parecen mejorarse, con la crisis económica mundial y los recortes presupuestarios que preveía el gobierno para el 2009. Más aún con la competencia que deben enfrentar los productores mexicanos por parte del mercado mundial. En efecto, al mismo tiempo, el consumo de leche y productos lácteos estuvo progresando, después de un estancamiento por la crisis de 1994 (Figura 7). Pero la demanda adicional ha sido cubierta en gran parte por las importaciones adicionales, menos que por el crecimiento del sector lechero mexicano. El precio internacional de la leche en polvo se convirtió en precio de referencia. La industria agroalimentaria lo han impuesto como referencia para fijar el precio en el mercado (Cervantes *et al.*, 2001), sobre todo cuando ese precio baja.

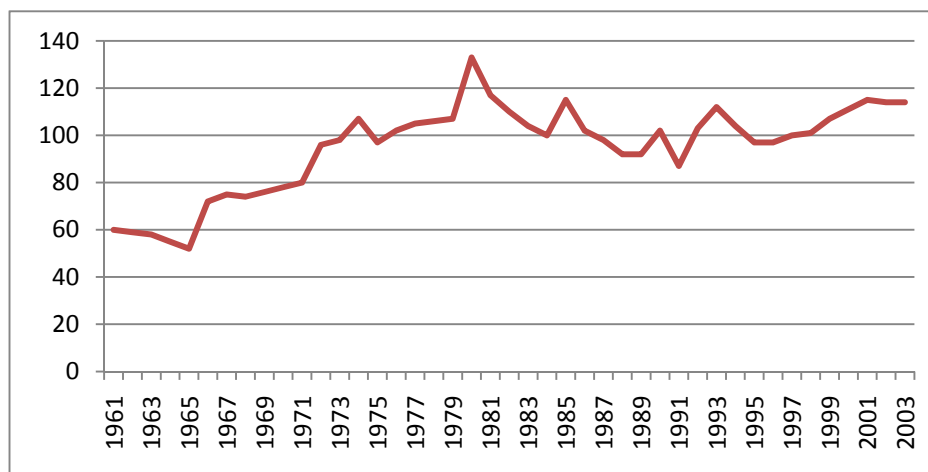


Figura 7: consumo anual per cápita de leche (excluyendo mantequilla) en México, en Kg. De 1961 a 2003 (elaboración propia con datos de FAOSTAT, 2009)

Dada la importancia de las importaciones de leche en polvo y otros derivados, cuyo nivel se estabilizó entre unos 20% (según los datos FAOSTAT, 2009) y 30% (según CANILEC), o incluso 40% (CNOG, 2008)³⁹ de las disponibilidades nacionales, se entiende porque el precio de la leche en México depende en gran parte del precio internacional de la leche en polvo. En este contexto, la constitución del precio responde más a la configuración de la oferta y demanda mundial que a la evolución interna. El precio no puede entonces constituir un elemento coordinador que conduzca a un equilibrio interno del SLM, sino que más bien genera inestabilidad e incertidumbre.

En efecto el mercado internacional de la leche es muy inestable, particularmente por las políticas de los principales exportadores. En la UE y EE.UU., la importancia de las ayudas directas e indirectas concedidas (la leche es el producto más apoyado del sector agropecuario) causa un desequilibrio entre los precios de venta y los costos reales de producción. Los productores mexicanos se encuentran entonces en competición directa con productores más eficientes técnica y económicamente, y que además reciben varias ayudas y subsidios. Además, los países con costos de producción bajos (Nueva Zelanda, Argentina, etcétera) toman una parte cada vez más significativa del mercado internacional, y tienden a hacer disminuir el precio.

Entre septiembre del 2006 y finales de 2007, el precio internacional de la leche en polvo creció un 120%, por el incremento en costos de producción (alimentos y petróleo) y la mayor demanda (SIAP, 2008), antes de bajar de nuevo a finales del 2008. En 2004 se había conocido otra alza breve de precios. Esas alzas se acompañaron de alzas en los precios nacionales de la leche, por lo menos en

³⁹ Se puede atribuir esa diferencia a las maneras de contabilizar las importaciones de preparaciones a base de lácteos y de convertirlas en equivalente leche. En efecto se basan todos en las mismas cifras para la producción nacional, pero difieren en cuanto a las estimaciones de las importaciones en equivalente leche y del consumo nacional aparente. Lo que más importa es que la tendencia sea la misma, cualquier sea los estudios.

términos nominales. Pero en términos reales, el precio seguía constante, incluso baja (**¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** 1999, 2004, 2008; Lactodata, 2009). Además el incremento del precio nominal varía bastante según las regiones⁴⁰ (en función de los sistemas productivos y de la organización de la cadena productiva), y no fue tan rápido como el de la leche en polvo, ni como los precios de los productos finales al consumidor (pero también con fuertes disparidades según el producto) (SIAP, 2008). Si tomamos en cuenta la elevación de los costos de producción, el margen de ganancia de los ganaderos decreció entre 2006 y 2007 de 65%, pasando de 1.5 pesos/L a 0.53 pesos/L (FIRA, 2008), especialmente para los sistemas estabulados y semi-estabulados. En efecto, mientras que los precios de los granos se dispararon, el precio de la leche subió poco, con un retraso de varios meses.

Desde un punto de vista macroeconómico, los bajos precios internacionales favorecen México como importador, y particularmente a las agroindustrias lácteas que importan leche en polvo y otros subproductos. Pero profundizan las dificultades estructurales del SLM, en particular para los productores de leche. Ya debilitados por las diferentes crisis, y su escasa capitalización y su baja productividad, tuvieron que enfrentar la competencia de productores extranjeros más productivos, más rentables y/o más apoyados (Del Valle, 2002). En efecto la productividad de leche por vaca en México es seis veces menor a la de EE.UU (SIAP, 2008), y la productividad del trabajo en las explotaciones lecheras en México representa entre un cuarto y un quinto de la de EE.UU (Poméon *et al.*, 2007). Además, las tasas de interés muy elevadas en México, y la inestabilidad vinculada con las fluctuaciones de las tasas de cambio, desfavorecen también los productores mexicanos (FIRA, 2008). Los precios de la leche (en dólares corrientes) en México y en EUA son similares, al igual que su evolución, como lo muestran las cifras de FAOSTAT entre 1991 y 2007; incluso se destaca que México es el país del TLCAN donde menos subió la leche entre 1994 y 2007. Al final la única ventaja de la ganadería mexicana reside en los bajos costos de la mano de obra.

En ese contexto, frente a las condiciones tanto nacionales como internacionales, los ganaderos implementaron varias estrategias. De un lado, como lo reportan Del Valle (2000), Suarez (2007) o García *et al* (2005), muchos actores adoptaron, de manera más o menos consciente y voluntaria, el modelo Holstein en su diferentes componentes. No fue solamente un cambio técnico, sino que se trató de una modificación profunda del funcionamiento y de la organización de las unidades de producción ganaderas y de las agroindustrias, de la repartición del valor agregado dentro del SLM, pero también de las identidades profesionales, de las representaciones y valores de cada actor del

⁴⁰ En Poméon *et al.* (2007), se reporta que en dos cuencas del centro del país, una de tipo intensiva y la otra de tipo familiar, la leche se pagaba en verano del 2004 a un promedio de 3.72 pesos/L en el primer caso, y de sólo 2.7/L en el otro caso.

SLM. La producción de leche se está entonces concentrando aún más desde 1990, al desaparecer los productores más pequeños. El modelo Holstein está sobresaliendo, a pesar del costo económico (costos de producción elevados y dependencia hacia insumos y equipos importados) y ambiental (agotamiento de las napas freáticas y contaminación) que conlleva.

Muchos productores del sistema intensivo o semi-intensivo (pequeños y medianos en particular) se han visto afectados por las condiciones del mercado (Mc Donald, 1997); aparte los productores integrados en grandes agroindustrias (socios de Lala, de Alpura, etcétera), que han beneficiado de un sobre precio⁴¹. Descapitalizados, no pudieron enfrentar la competencia de las importaciones. Además, su especialización en producción de leche les ha obligados a seguir en la actividad, mientras los pequeños productores benefician por lo menos de más flexibilidad. Han tratado en reacción conformar nuevas formas de coordinación horizontales y verticales, plasmadas en la emergencia de organizaciones colectivas (cooperativas, integración vertical, etcétera). El éxito ha sido diverso, aunque en muchos casos fue limitado. Mc Donald (1997) y Gómez *et al.* (2003) insisten en particular sobre los problemas de confianza y de generación de capital social para la consolidación de la acción colectiva.

La persistencia de la ganadería familiar, en zonas templadas y tropicales, incluso su desarrollo, se explica sobre todo por ser una de las pocas opciones para muchas zonas rurales que por su rentabilidad. Es además una manera de utilizar las producciones agrícolas, cuyo precio bajó ha desalentado la comercialización (Espinoza O. *et al.*, 2005; Jiménez J. *et al.*, 2008). Así es común ver la producción lechera asociada con otras fuentes de ingresos, como la agricultura, la migración, y el asalariado temporal.

Chávez R. (2005) y Cervantes *et al.* (2007) también notaron una cierta permanencia entre los productores comerciales familiares y semi-intensivos, a pesar del contexto difícil. Su estudio mostró que los que salieron de la actividad fueron los ganaderos más grandes, con mayor visión empresarial y sobre todo mayores capacidades para emprender una reconversión productiva. Los demás no tuvieron otra opción que de aguantar. Además, por tener unidades de producción más pequeñas, pudieron asociar la ganadería con otras actividades (trabajo asalariado, pequeño comercio, elaboración de productos lácteos, etcétera) (Urzua *et al.*, 1999). Los pequeños productores se han mantenido también gracias a las diferentes formas de apoyo que reciban (productivos y sociales), y a la flexibilidad que le da su articulación con la agroindustria informal, menos exigente en términos de

⁴¹ Según Suarez P. (2007), Lala pagaba a sus socios la leche a 3.7 pesos/L, en función de cuotas atribuidas por el número de acciones, contra 2.4 pesos/L para los demás.

volumen, regularidad y calidad. En los Altos de Jalisco o en Zacatecas, la principal opción de los productores que dejaron la actividad fue la emigración a EE.UU (Cervantes, 2003; Guzmán H., 2004).

En fin, la diversidad de las opciones estratégicas adoptadas por los ganaderos (tecnificación, aumento del hato, diversificación, salida, migración, etcétera) se explican por las diferencias en términos técnico-económicos pero también históricas y culturales (Barragán, 1994; Chávez R., 2005). Se expresan por ejemplo en un cierto apego hacia la ganadería lechera, favorable a la permanencia en la actividad, o en costumbres y redes sociales que favorecen la migración, que puede procurar el apoyo financiero necesario a los que quedan con las vacas.

Pero también hubo ganadores en el proceso de liberalización, como lo reportan varios autores (Del Valle, 2000; Mariscal *et al.*, 2001; Quintana, 2003; Suarez, 2007). El consumo nacional aparente subió, y también el consumo per cápita; pasó de 122.7L en 1997, a 142L en el 2000, 154.6L en el 2004 y 152.7L en el 2007 (CNOG, 2008). Entonces el mercado de los lácteos se amplió. Pero ese crecimiento del consumo ha sido en gran parte absorbido por el incremento de las importaciones.

Los principales ganadores de la liberalización fueron los productores del sistema intensivo que pudieron importar insumos y equipos a menor costo, por la disminución de los aranceles. La apertura comercial favoreció a los vendedores de insumos, equipos y tecnología, muchos de ellos con capital extranjero (Suarez P., 2007). García *et al.* (2005) reportaron un crecimiento de la producción del 140% entre 1994 y 2004 para la Comarca Lagunera, la principal cuenca lechera intensiva del país.

Las agroindustrias, de capital nacional o transnacional, beneficiaron por su parte de mayores facilidades para importar productos lácteos y sustitutos de leche fresca (leche en polvo, preparaciones a base de sólidos lácteos, etcétera), con una eliminación casi total de los aranceles. Del Valle (2007) reportó la instalación de varias empresas estadounidenses dedicadas no solamente a la venta de bienes de consumo (como los quesos), sino también de bienes intermediarios (como leche en polvo, caseinatos, grasa vegetal, etcétera), difundiendo su uso al capacitar los industriales. El Programa de Importación Temporal para Producir Artículos de Exportación (creado en 1990, y reformado varias veces desde entonces) ha sido aprovechado por las mayores agroindustrias lácteas (en particular Nestlé, Kraft Food y Sigma Alimentos⁴²) para importar leche en polvo y otros sustitutos a la leche, sin pagar impuestos de importación ni IVA⁴³. De tal manera, las agroindustrias lograron

⁴² Nestlé exporta leche en polvo producida en México hacia Centroamérica, el Caribe y EE.UU, así como leche condensada y evaporada (Del Valle, 2007). Sigma produce principalmente yogurt y quesos, y Kraft se dedica a la producción de quesos, en particular de quesos fundidos y untables. No tenemos información acerca del destino de sus exportaciones, aunque sea probable que se destine también a Centroamérica y el Caribe.

⁴³ Ese programa se enmarca en la política que busca favorecer la actividad maquiladora de México. Permite importar no solamente materias primas, sino también equipos y maquinaria. Es probable que aporte beneficios

mayor flexibilidad, pudiendo moverse entre el mercado de leche fluida nacional y el mercado de leche en polvo y sustitutos importados, según las condiciones del mercado interno. Otro beneficio fue la reducción de aranceles en la importación de equipos y tecnología, al igual que para los ganaderos del sistema intensivo. Por otra parte, la modificación de la ley de Inversión Extranjera permitió a transnacionales tomar el control de varias empresas y marcas, en particular en el sector quesero (Del Valle, 2000; Mariscal *et al.*, 2004). A fin de cuenta los ganaderos han sido los mismos, que sea en cuanto a la intervención (apoyos, reglamentación) del Estado en el SLM o de su política comercial.

La evolución del SLM, acompañada y orientada por las políticas tanto sectoriales como comerciales, ha conducido a la profundización de la complejidad y heterogeneidad del SLM. Se consolidó su organización en diversos subsectores, vinculados entre ellos por relaciones de complementariedad, competencia, y antagonismo. Se presentará a continuación los principales actores agroindustriales que participan en esos subsectores del SLM, en particular en la industria quesera.

a las empresas que lo movilicen también en cuanto a sus ventas realizadas en el mercado nacional, siendo difícil controlar el destino exacto de la producción realizadas con las materias primas y equipos importados.

2.2 La agroindustria lechera y quesera

2.2.1 Presentación general de la agroindustria lechera

La agroindustria lechera (AIL) es la más importante del sector de alimentos con 18.5% del PIB de la industria alimentaria⁴⁴, y el 0.6% del PIB del país. También es uno de los sectores más dinámicos de la industria mexicana (Del Valle, 2007). Cuenta con 1 961 unidades manufactureras oficiales⁴⁵ (más 10 961 en la subrama de helados y paletas), y un sinnúmero de pequeñas y medianas AIL que se desempeñan a nivel informal (con diferentes grados de informalidad). Emplea a 46 103 personas en el sector formal, excluyendo la subrama de helados. Se estiman en más de 400 000 los empleos indirectos generados (Pelayo y Tejada, 2008). Hasta finales de la década de 1980, el SLM estaba dominado por la importancia del mercado de la leche bronca, que constituía el destino de 47% de la producción nacional, contra 22% para leche pasteurizada y 31% para los derivados lácteos (Sánchez *et al.*, 1994). Hoy en día la leche bronca ha sido marginada y reemplazada por la leche ultra high technology (UHT). La industrialización, formal o informal de la leche, es la regla, y la venta directa de leche bronca casi desapareció. Según Del Valle (2007), en el año 2000, la industria formal captaba el 80% de la producción nacional, mientras que el 20% restante se repartía entre la venta directa como leche bronca y sobre todo la producción de derivados, en particular de quesos, en el sector informal; en el 2008, la AI formal captó el 84.8% de la leche, según Lactodata (2009). Entre los dos tipos de AIL, formales e informales, existen diferencias en cuanto a la trayectoria de evolución y las estrategias desarrolladas. La AIL formal, completamente integrada en la dinámica global, ha seguido las últimas tendencias evolutivas mundiales: concentración de las empresas, reforzamiento de los requisitos de calidad y desempeño de la gran distribución (CCDER, 2004; Del Valle, 2000; Cervantes *et al.*, 2001).

2.2.1.1 Concentración de las empresas

El 0.4% de las compañías concentran el 63% del volumen de la producción en la AIL. Entre éstas, destacan las compañías mexicanas Lala y Alpura, que dominan el mercado de la leche fluida, seguida por Leche Guadalajara. Están en competencia con empresas de menor tamaño, cuyas actividades son fundamentalmente regional, al igual que sus mercados (Pasteurizadora Aguascalientes, Santa Clara, Ultralácteos, etcétera). Las multinacionales, principalmente Nestlé y Danone, concentran sus esfuerzos en segmentos particulares: la leche industrializada, donde la primera prácticamente tiene el monopolio, y la segunda se ha posicionado en los derivados tipo yogur y postres.

⁴⁴ Que por su parte representa el 20% del PIB de la industria manufacturera, según datos del INEGI.

⁴⁵ Según los datos del censo económico de 2004, cada unidad manufacturera corresponde a un establecimiento físico, ubicado en un lugar fijo, o sea que una misma empresa puede tener varias unidades manufactureras.

Mientras que Lala se ha basado primero en una política expansionista adquiriendo fábricas por todo el país, Alpura y las multinacionales como Nestlé y Danone han privilegiado más la diversificación y diferenciación de los productos, aumentando el valor agregado. Sin embargo, Lala ha tomado ahora la misma estrategia, y ofrece bajo su marca una amplia gama de lácteos.

La Figura 8 muestra el nivel de concentración de la rama de elaboración de leche y derivados lácteos⁴⁶. Se aprecia que la subrama más concentrada es la de la leche industrializada, con sólo 20 unidades en el país; vienen luego las unidades de pasteurización. La elaboración de lácteos es la subrama con mayor número de unidades y de empresas diferentes. De hecho, el número de establecimientos en la producción de queso, crema y mantequilla ha venido aumentando desde finales de los ochenta, en particular entre 1988 y 1993 (Del Valle, 2007). A éstas habría que sumar las miles de pequeñas queserías esparcidas en todo el país y que no están registradas. Si se considera el número de empleados por subrama, se confirma la misma tendencia. En efecto, las subramas de leche fluida e industrializada componen unidades similares, con un rango de 148 a 131 personas ocupadas/unidad (INEGI, 2008). Por su parte, las plantas dedicadas a la elaboración de derivados emplean una cantidad mucho menor con un promedio de 12.7 personas/unidad; es más, 44% emplean de una a dos personas, y 72%, menos de cinco.

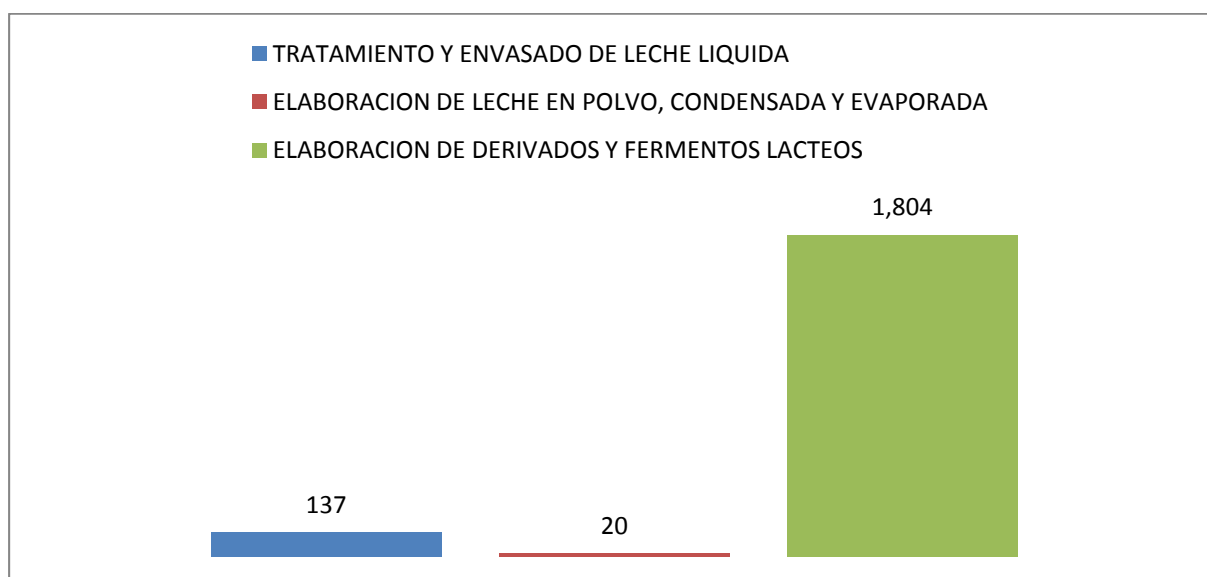


Figura 8: Unidades económicas manufactureras en la rama de elaboración de leche y derivados lácteos (INEGI, 2008)

La concentración de la AIL es también espacial (CCEDR, 2004): 40% del PIB de la AIL se concentra en tres entidades federativas: Estado de México, Jalisco y Distrito Federal. Existen también centros de menor importancia en el norte del país. Esta concentración acompaña la conformación de

⁴⁶ Hemos excluido las 10,961 unidades que se dedican a la producción de paletas y helados, por considerar que en su mayoría se trata de unidades que no son parte del SLM, y tienen una dinámica propia.

cuencas lecheras, aunque la producción de leche sea más dispersa. La AIL define su ubicación haciendo mayor énfasis en las zonas de consumo, y menor, en la producción. Gracias a los procesos de concentración se mejoró el uso de la capacidad industrial, que pasó de 70 a 90% para las unidades especializada en leche fluida e industrializada, y de 65 a 73% para el caso de la producción de derivados (quesos, crema, yogur, mantequilla) (INEGI, 2008).

2.2.1.2 Un esfuerzo particular para mejorar la calidad

Hasta mediados de la década de 1990 casi no existían incentivos para la calidad: el precio no dependía de la composición de la leche u otros parámetros, aun en cuencas intensivas como La Laguna (Del Valle, 2000). Pero luego las AIL endurecieron sus requisitos a los productores de leche, exigiendo primero leche fría, luego diseñando esquemas de pago según ciertos parámetros de calidad (contenido en grasa, proteína, acidez, etc.) y cantidad (volumen entregado, estacionalidad de la producción), y exigiendo a mejorar la calidad sanitaria. Pidieron al gobierno que emitiera normas más completas y estrictas, bajo el lema de la defensa del consumidor (quien no pidió nada...). En realidad, esas exigencias más altas se vinculaban con el uso de procesos tecnológicos sofisticados por la AIL, como la ultra pasteurización, requiriendo una materia prima lo más homogénea y limpia posible. La AIL transfirió riesgos y costos a los productores y se benefició al mismo tiempo de un incremento en la calidad (Rodríguez y Chombo, 1998; Muñoz y Santoyo, 1996; Mariscal *et al.*, 2004; Cervantes *et al.*, 2009). Asimismo, la AIL formal desarrolló nuevas líneas de productos (en particular alimentos *light* o funcionales), nuevos tipos de empaques y presentaciones, cada vez más sofisticados en términos de técnicas de producción y ventas. Pero este proceso de modernización y de control calidad se ha hecho de manera desigual, acentuando la heterogeneidad en el sector (Del Valle, 2007). En efecto, en el caso de la pequeña industria, en particular las queserías, la aplicación de las reglas sanitarias básicas no es sistemática y la línea de productos se limita a algunos básicos (leche pasteurizada, queso tipo Oaxaca, crema...) y especialidades regionales (quesos en particular), a menudo sin marca u otra indicación.

Las respuestas de los ganaderos frente a las nuevas exigencias han sido de dos tipos (además de la opción de salir de la actividad):

- Algunos productores se adaptaron (los que pudieron y quisieron), a través de cambios técnicos y organizacionales (tanques de enfriamiento, centros de acopio colectivos, etcétera), continuos frente a la sucesión de exigencias nuevas de la AIL (Rodríguez G., 1999). Es la respuesta que dominó en regiones como los Altos de Jalisco, pero también en una zona como la Fraylesca (Chiapas), donde los productores pasaron de un sistema de doble-propósito a una producción más intensiva tipo modelo Holstein.

- Otros productores prefirieron dejar de trabajar con la agroindustria formal y entregar su leche a los queseros informales, que conocieron entonces un crecimiento significativo de su actividad. Eso fue en particular la opción que siguieron los productores de San José de Gracia y Cotija (Mc Donald, 1999), y en menor medida algunos ganaderos de los Altos de Jalisco. La quesería informal se refuerza entonces como una alternativa local a las dinámicas que marcan la globalización en el SLM.

Las AIL, aprovechando la apertura comercial, han desarrollado también el uso de materia prima diferente a la leche fluida: leche en polvo, sueros, caseinatos, grasa vegetal, etcétera. Estos productos se utilizan solos o en combinación con leche fluida. Así productos que son “más o menos” leche invadieron el mercado con formulas lácteos, imitaciones de quesos, etcétera, destinados al consumo de la población con menos recursos, sin que la industria tenga que disminuir sus márgenes (al contrario) (Del Valle, 2002). Esos productos se difundieron también gracias a la confusión que las AIL fomentaron entre productos de leche y sustitutos. Esas prácticas de adulteración se volvieron habituales, permitiendo una reducción de 30% de los costos de producción (Villegas, 1993). Sólo algunas regiones quedaron al margen de esa dinámica, en particular en las regiones tropicales (Sánchez *et al.*, 1994). La adulteración, además de afectar la calidad nutricional y sensorial del producto, también desfavorece a los productores nacionales de leche, al ponerlos a competir con el mercado internacional y al presionar a la baja el precio de su producto, buscando crear un mercado homogéneo, favorable a la concentración y el monopolio, y borrando los particularismos regionales.

La preocupación de la AIL por la calidad de la leche fluida no era tanto ofrecer un producto de mejor calidad, sino más bien tener una materia prima más adecuada tecnológicamente para el proceso industrial y comercial. Como lo afirma Mc Donald (1999: 275):

“la calidad es un síntoma de la penetración de la lógica transnacional, que trata de imponer y determinar los distintos aspectos de la diversidad productiva. No es descabellado afirmar que este proceso es poco más que una maniobra política, reflejo del resurgimiento de un paradigma de la modernización crasa (positivista) en el desarrollo rural mexicano”. (Mc Donald, 1997, p. 275)

Las agroindustrias han impuesto sus patrones productivos y tecnológicos a los ganaderos, utilizando el pretexto de la modernidad para sobre todo defender intereses propios. Esa dinámica vino a reforzar la heterogeneidad en el SLM, profundizando las diferencias entre los subsectores modelo Holstein/industria formal, y ganadería familiar y/o tropical/industria informal. En función de las exigencias de calidad de la AIL (o grupo de AIL) dominante en cada región, el modelo productivo se impuso a los ganaderos. El cambio técnico en la ganadería surge entonces de las relaciones entre ganadero y AIL, más que del papel de la investigación y servicios de extensión públicos (Álvarez y

Flores, 2005). También la evolución de las exigencias de las AIL ha inducido innovaciones organizacionales a nivel de la producción primaria, a pesar de cierta resistencia a la acción colectiva.

La gran distribución, que extendió su control a todas las cadenas alimenticias, también presionó a la AIL, imponiendo precios y condiciones (a su favor: vida de anaquel, presentaciones, etcétera) cada vez más exigentes a la AIL, aun a las empresas más potentes.

2.2.1.3 Control de las cadenas alimenticias por los supermercados

En México como en la mayor parte del mundo, los supermercados han tomado control de gran parte de la distribución (PROFECO, 2006a; Tillie y Cervantes, 2007). Su dominio ha acelerado la marginalización y la exclusión de los pequeños productores de leche y agroindustrias del mercado, y acentuado la tendencia a una repartición desigual del valor agregado en la cadena. Los supermercados son cada vez más organizados en central de distribución que centralizan las compras, pero existen todavía un sistema de entrega directa por el proveedor (PROMAR, 2002).

Sin embargo, a pesar de ello siguen vigentes redes de distribución alternativas (tiendas de abarrotes, mercados, tianguis), especialmente para la compra de artículos de consumo diario, tanto en zonas urbanas como rurales, y que son dominantes entre los estratos más pobres de la población (Duhau y Giglia, 2007). Las tiendas de abarrotes aseguran la extensión del mercado de las grandes AIL en todos los rincones del país. En efecto las grandes AIL han seguido un esquema similar al de Coca-Cola, asegurando directamente el abasto de las tiendas y ofreciendo refrigeradores y material de presentación. Pero también muchas tiendas siguen ofreciendo productos del sector informal, en particular de quesos, que compran de mayoreo en las centrales de abasto, o que vienen entregar los mismos queseros de la región. En el caso particular de la distribución de quesos, se ha mantenido en gran parte en redes alternativas a la gran distribución: tiendas especializadas y de abarrotes, tianguis, etcétera (INIFAP, 2005). Es en particular el caso en zonas rurales, pero también en zonas urbanas, a pesar de la presencia de las cadenas de supermercados. Esa redes se caracterizan en general por una importante relación entre productor y consumidor, que capta una parte no despreciable del valor agregado (con márgenes de 20-30% por eslabón) (PROMAR, 2002).

2.2.1.4 Evolución de la repartición de la producción

Para el año 1999, Castro *et al.* (2001) reportaron un destino de la leche repartido, como se aprecia en la figura siguiente:

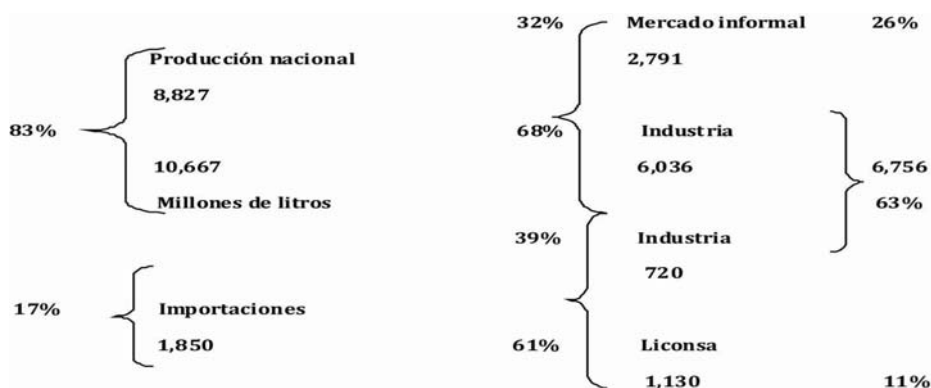


Figura 9: repartición de la leche según su destino en 1999 (fuente: FIRA con datos de SAGAR, INEGI y USDA, citado por Castro et al., 2001)

Entre 1997 y 2008 estas participaciones se han modificado (SIAP, 2008). La leche fluida sigue representando alrededor del 30% de la disponibilidad nacional. La producción de leche ultra pasteurizada se duplicó (1 780 millones de litros), mientras que la de leche pasteurizada se estancó (1 680 millones de litros). La leche rehidratada aumentó 30% (956 millones de litros). La producción de yogur (90 000 t) y de crema (95 000 t) se triplicó, mientras la de queso aumentó más de 30%. El queso representaba en 2008 un tercio del PIB de derivados lácteos (yogur, crema, mantequilla, y queso), y 13.3% del PIB total del sector lácteo. Según datos de Lactodata (2009), la producción de queso representaba 21.9% del volumen de leche procesado por la industria en 2008, contra 24.1% en 1994. Esa disminución relativa se puede explicar por el fuerte crecimiento de la producción de yogur y crema.

2.2.1.5 El papel de Licónsa en el SLM

Licónsa es un actor clave del SLM: distribuyó leche a más de 5.8 millones de beneficiarios en el 2007 (contra 4.8 millones en el 2002) (INEGI, 2008). Desde el 2002, Licónsa reanudó su compromiso con el sector productivo nacional a través del Programa de Adquisición de Leche Nacional. Licónsa se comprometió a comprar unos 180 millones de litros anuales a unos 10,000 productores, de los 1,100 millones litros de leche que requiere (lo restante proveniente de las importaciones de leche en polvo). Poco a poco creció esa proporción, hasta llegar a 278 millones de litros en 2005, 446 millones en el 2006 y 608 millones en el 2008 (o sea unos 5% de la producción nacional), según datos de Licónsa. La empresa paraestatal ha así tomado un papel importante como captador de leche nacional. Sin embargo sus vínculos con los productores son muy inestables, ya que su abasto conoce fuertes variaciones en función del precio del mercado nacional e internacional y del presupuesto acordado a Licónsa. Si el alza del precio internacional de la leche en polvo, en el 2007, favoreció el abasto en leche nacional, el recorte presupuestario anunciado en 2009, de 31%, podría acabar con el desempeño del programa, que ya había sufrido un recorte importante en el 2008. Además, el

potencial de Liconsa parece subutilizado: en 2008, de los 9,700 millones pesos de presupuesto que tiene Liconsa, se dedicaron 2,500 para la compra de leche fresca, y 5,800 para la compra de leche en polvo. Si se compara con el presupuesto del Fomento Ganadero, el presupuesto de Liconsa representa 4 veces más, y 2 veces más que el PROGAN. En esas condiciones, el papel alentador de Liconsa podría ser mucho más grande. Otro obstáculo para eso, es que las exigencias en términos de organización de la colecta, criterios de calidad, etcétera, desalienta la participación de pequeños productores que prefieren trabajar con la AIQI.

Después de esa presentación general de la AIL y su dinámica, se indagará ahora en el lugar particular que ocupa la producción de queso adentro del SLM.

2.2.2 El sector quesero en México

2.2.2.1 Grandes rasgos de la producción y del consumo de quesos en México

La agroindustria quesera (AIQ) se caracteriza por ser la subrama de la AIL con mayor número de empresas. Oficialmente existen alrededor de 1,500 queserías, que emplean cerca de 20 mil personas (Castro *et al.*, 2001; INEGI, 2008), dominando el empleo permanente (Del Valle, 2007). Para Marsical *et al.* (2004, p.13), “*las industrias dominantes determinaron la geografía actual de la producción de leche, caracterizada por su concentración en unas cuantas zonas*”. Las empresas queseras más importantes se ubican en el norte y en los estados de Jalisco y Guanajuato, zonas que concentran la mayor parte de la producción de leche. Sin embargo, la producción de queso se ha mantenido también en varias pequeñas cuencas lecheras en todo el país. Existen así algunas regiones, más o menos grandes, especializadas en la producción de queso: Tulancingo en Hidalgo, San José de Gracia en Michoacán, la región de sur de Tlaxcala-Puebla, la Costa de Chiapas, las colonias menonitas de Chihuahua, la Sierra de Jalmich, etcétera.

La Figura 10 muestra la evolución de la producción de queso en México entre 1997 y 2008. De 116 000 t en 1997, alcanzó los 150 000 t en 2008 (SIAP, 2008). El queso panela y el queso doble crema⁴⁷ vieron duplicada su producción. Se reforzó por lo tanto el dominio de los quesos frescos en México, considerando además que en el mismo periodo se incrementaron las importaciones de queso fresco (15,677t en el 2008 contra 795t en 1997). La producción de queso tipo Oaxaca (que de hecho es también un tipo de queso fresco) aumentó 42%. La producción de queso madurado se estancó, incluso bajó la producción de queso manchego un 30%. Sin embargo esa cifra se debe relativizar debido al incremento en las importaciones de queso duro y semiduro en el mismo

⁴⁷ Según su uso en las estadísticas oficiales, esa denominación designa un queso de pasta untable, con alto contenido de humedad y/o grasa.

periodo, por lo cual no representa una tendencia a la baja en el consumo. Más bien revela las estrategias de las AIQ mexicanas, que se enfocan a los quesos frescos, por ser los más consumidos, los más fácil de hacer, y los más rentables.

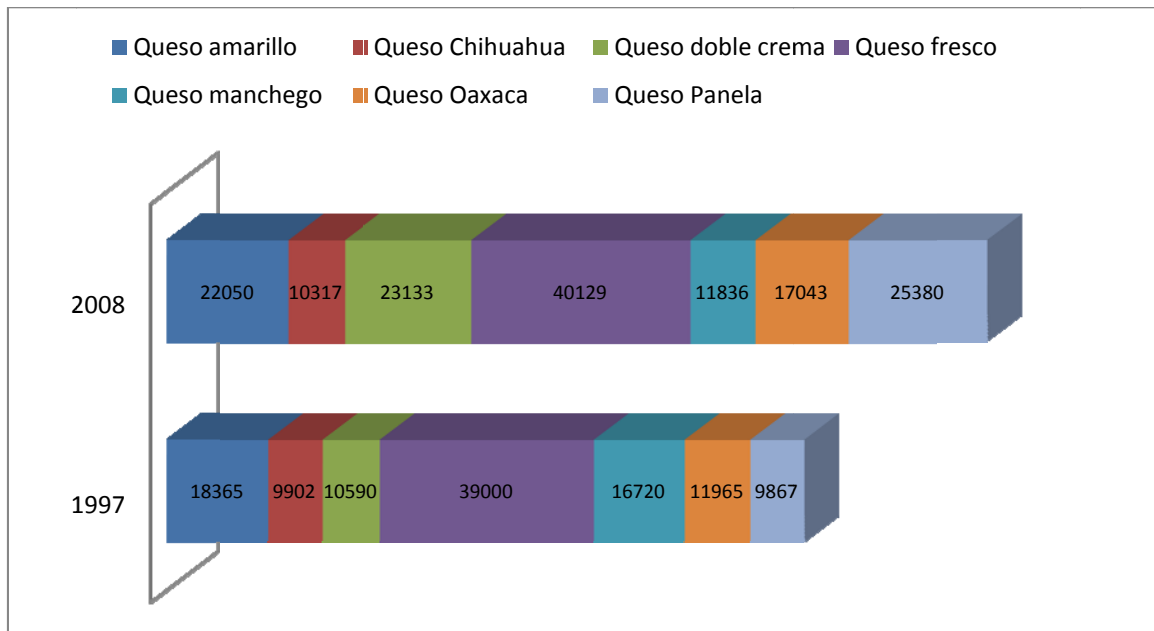


Figura 10: Producción de queso (ton.) en México por tipo de quesos, 1997-2008 (elaboración propia con datos de SIAP, 2008)

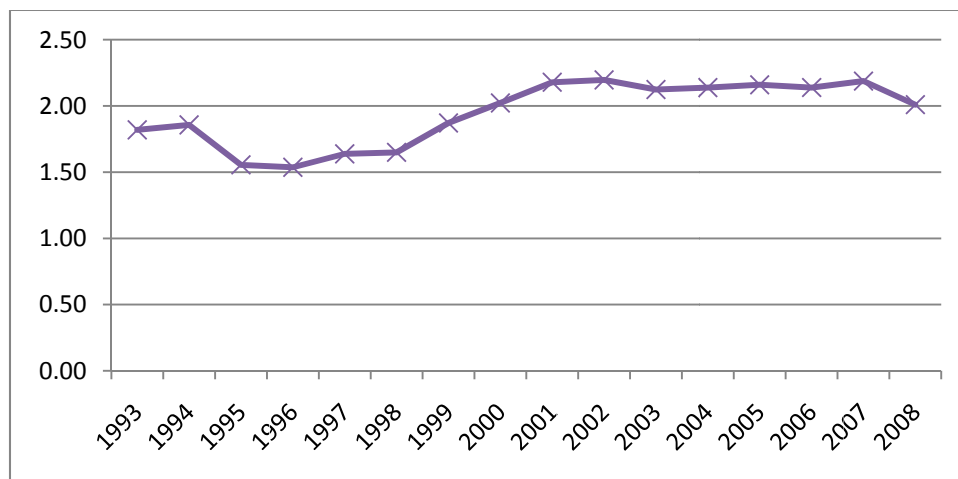


Figura 11: consumo aparente anual per cápita de queso en México, en Kg. (elaboración propia con datos de FAOSTAT, 2009, y SIAP, 2008) (Nota: no incluye la producción informal)

A nivel del consumo aparente de queso, se nota un incremento sensible, al pasar de 1.82 en 1993 a 2.02 Kg./cápita/año (Figura 11). Entre 2001 y 2007 era superior a 2.1 Kg., llegando a 2.19 Kg./cápita/año en 2007. La disminución del consumo se puede explicar por la alza de precios de la leche, que impactó en particular en la disminución de las importaciones de queso (Figura 12). El gráfico 14 muestra la importancia creciente de las importaciones de queso en el mercado nacional. Desde el año 2000, el consumo aparente se compone de unos 30-35% de importaciones, contra

18.2% en el 1993. Se puede ver en esa tendencia el impacto de la liberalización del mercado de lácteos, en particular con el TLCAN, y la incapacidad de la producción nacional de responder al incremento de la demanda. Como lo vimos, la aplicación del TLCAN se acompañó de un fuerte incremento de los quesos provenientes de los EE.UU., en particular los quesos frescos.

Pero esas cifras deben tomarse con mucho cuidado, ya que no toman en cuenta el consumo de queso producido por el sector informal. Así, en un estudio del INIFAP (2005) sobre la cadena productiva de leche en el estado de Hidalgo, se reportó un consumo de queso fresco de 12.1 Kg./cápita/año en zonas urbanas, y 7.6 Kg. en las zonas rurales del estado. Martínez y Ortiz (2003) reportaron por su parte un consumo de 15.4 Kg. en la ciudad de Veracruz. Con esas cifras (que incluyen también productos del sector informal), aunque son sobreestimadas y/o propias de regiones en particular, se constata que el consumo aparente oficial está lejos de la realidad. En base a Castro *et al.* (2001), que estimaron el volumen de quesos producidos para la agroindustria informal, se puede inferir que el consumo anual de queso del sector informal era de al menos 1.4 Kg./cápita en el 2008.

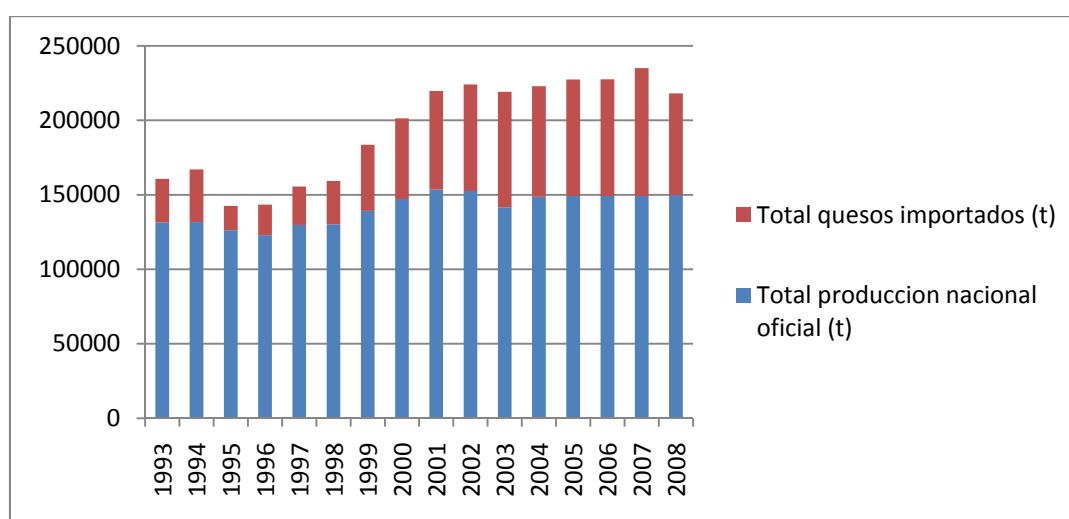


Figura 12: consumo aparente anual total de queso en México entre 1993 y 2008, en t., en función del origen del queso (elaboración propia con datos de FAOSTAT, 2009, y SIAP, 2008)

2.2.2.2 Las principales empresas productoras de queso en México y canales de distribución

La Tabla 1 presenta las principales empresas que dominan el sector quesero en México. Se debe sumar además Nestlé y los dos grandes grupos nacionales, Lala y Alpura, que recientemente han incursionado en el mercado y han buscado ampliar su presencia. La mayor parte de las AIQ se ubica en proximidad a las principales cuencas lecheras intensivas del país: en el norte (Chihuahua, Durango, etc.) y en el occidente (Altos de Jalisco y alrededores). Algunas empresas disponen de sus propias unidades de producción de leche.

Nombre de la empresa	Principales Marcas	Origen	Quesos principales producidos	Volumen anual (t) (CFCE, 2003)
Chilchota alimentos SA	Chilchota, Duranguense, Lagunero, Temazcal.	Mexicana.	Todos los tipos de quesos mencionados.	35 000
Kraft	Philadelphia, Cheez Whiz.	Extranjera.	Queso untable.	35 000
Grupo Chen	Chen, Norteño, Camelia, Listón Rojo, Normex, Bugambilia.	Mexicana, asociada con Sigma Alimentos desde 2005.	Todos los tipos de quesos mencionados y queso amarillo.	30 000
Sigma Alimentos (compró a New Zealand milk México en 2005)	Nochebuena, Chalet, Villita, Franja, Eugenia, más las marcas del Grupo Chen, con la que se asoció en 2004	Mexicana-vínculos con capital extranjero	Todos los tipos de quesos mencionados y queso amarillo.	15 000 + 18 000 (New Zealand Milk)
Cuadritos SA	Cuadritos, marcas de distribuidores y subcontratos con otras AIL.	Mexicana.	Todos los tipos de quesos mencionados.	15 000
Schreiber	Vende a empresas de comida rápida y subcontratación.	Extranjera.	Queso amarillo, quesos de imitación.	15 000
La Esmeralda (Lácteos Algil)	Esmeralda, El Ciervo, Mariposa, Bel Paese, Jans Kerk, Lanzarote, etcétera.	Mexicana.	Todos los tipos de quesos mencionados y queso amarillo.	15 000
Unifoods México	Chipilo, Del Rancho, El Sauz, El Rancherito, Holstein.		Todos los tipos de quesos mencionados y queso amarillo y otros quesos de imitación.	
Kerry Ingredientes de México SA	Vende a otras agroindustrias y subcontratación.	Extranjera.	Queso en polvo, quesos de imitación.	3 000
La Risueña	La Risueña, Pátzcuaro, la Fogatta, Don Pepe.	Mexicana.	Todos los tipos de quesos mencionados y queso amarillo. Quesos duros y semiduros.	3 000
Lácteos deshidratados		Mexicana.	Todos los tipos de quesos mencionados y queso amarillo.	1 800
Grupo Qualtia Alimentos	Caperucita	Mexicana, con vínculo estrecho con empresa extranjera (Sara Lee).	Todos los tipos de quesos mencionados y queso amarillo.	
Industrias Cor	Lyncott, Lurpak, Dofino, Rosenborg	Mexicana, con vínculos estrechos con empresas extranjeras (Grupo Arla).	Todos los tipos de quesos mencionados y queso amarillo. Especialista en queso untable.	

Tabla 1: principales empresas involucradas en la producción de queso en México (fuente: CFCE, 2003, y sitios internet de las empresas)

Los principales quesos producidos son los de consumo más difundido en todo el país, con dominio de los quesos frescos (Villegas, 2004): tipo panela, tipo Oaxaca (o asadero), tipo Cotija; y tipo manchego mexicano, tipo Chihuahua, u otros de consumo más regional, como el queso tipo sierra. Casi todas las principales empresas del sector comercializan también queso fundido, denominado a veces “queso americano”. La mayor parte importan también quesos para completar su oferta, en particular quesos madurados o semi-madurados en general, como el tipo gouda o tipo chester, queso azul, etc.; incluso, algunos importan el queso tipo manchego, porque resulta más barato y conveniente para ellos que producirlo (CFCE, 2003; PROFECO, 2003b). En general producen también otros tipos de lácteos (crema, yogur y mantequilla en particular), y a menudo están

implicadas, directamente o a través otras empresas de su grupo, en otros sectores productivos, alimenticios o no.

En la década de los 90, llegaron empresas extranjeras en el sector quesero mexicano, vía una inserción directa o la compra de empresas y marcas nacionales (Del Valle, 2000). Hoy la mayor parte de esos grupos están relacionados con ETN: algunos son filiales de grupos extranjeros (Kraft, Schreiber, Kerry), otros están asociados de diversas formas en grupos de alcance internacional (Sigma Alimentos y Chen, Industria Cor, grupo Qualtia).

Esas empresas comercializan principalmente sus productos en supermercados⁴⁸, centrales de abasto y tiendas de abarrotes, y en restaurantes, hoteles e instituciones. De hecho muchos proponen varias líneas de productos, según el mercado enfocado (individual/colectivo; supermercado o tienda; con diferentes niveles de precios, según el segmento de la población enfocado). Algunas empresas venden su producto a otros agroindustrias, o son subcontratadas por otra AIQ o tiendas de autoservicio (marcas propias de distribuidores) para producir el queso para ellos.

Los supermercados son cada vez más dominantes en la distribución de lácteos (Tillie y Cervantes, 2007). Imponen nuevas exigencias en términos de cantidad (logística), calidad (diversificación, innovación, etc.) y servicios (promociones, etc.). Acompañan la evolución de nuevos patrones de consumo (en particular entre familias de ingresos superiores), con un mayor consumo de lácteos y de productos procesados y diversificados. También proponen líneas de productos baratos, a menudo de baja calidad (quesos elaborados con grasa vegetal, caseínas, etcétera). La evolución de la AIQ en términos de *joint-venture*, de asociaciones, de diversificación de líneas de productos y de política comercial ha sido determinada en gran parte por la adecuación a un modelo de distribución dominado por los supermercados.

Sin embargo se debe matizar la importancia de los supermercados en la comercialización de los quesos. Un estudio del INIFAP (2005) en el estado de Hidalgo mostró que los supermercados (autoservicios) son canales importantes pero secundarios (30% en las zonas urbanas) (Figura 13), y que las tiendas de abarrotes y los mercados (y tianguis y centrales de abasto) siguen dominantes, especialmente en las zonas rurales. De hecho, los consumidores rurales casi no conocen marcas de queso, puesto que compran productos a granel, y/o artesanal, sin etiqueta. Su proximidad con el producto se basa más en relaciones directas con el vendedor o el quesero, que con una relación

⁴⁸ A excepción de Chilchota, que se ha concentrado en la venta de mayoreo para vendedores en centrales de abasto, tianguis y tiendas de abarrotes.

mediatizada por una marca. Si se debe relativizar esa información, propia al estado de Hidalgo, permite sin embargo destacar la particularidad que mantiene el mercado de queso.

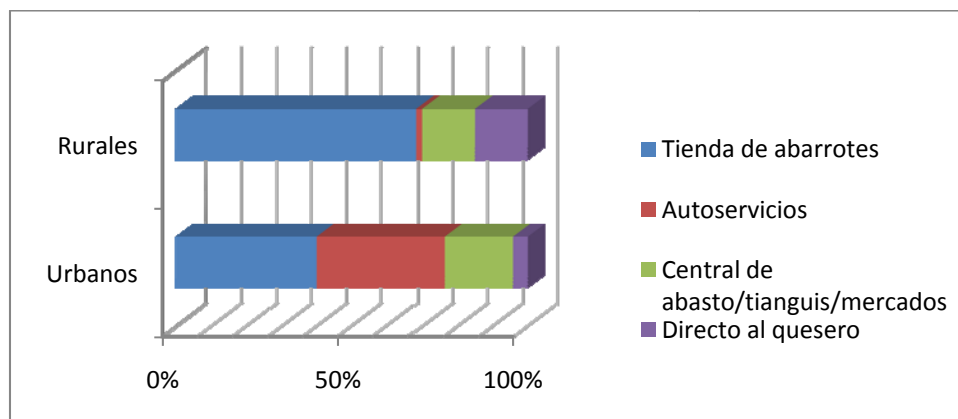


Figura 13: repartición de los hogares en función del lugar de compra de queso en el estado de Hidalgo (fuente: INIFAP, 2005)

Entre todas esas AIQ, existen una gran variedad de marcas y productos: una empresa puede ofrecer hasta cien quesos diferentes, entre los tipos de queso, el contenido de grasa (líneas *light*), y las marcas, nacionales y regionales. Muñoz *et al.* (2003) contaron más de 172 productos lácteos diferentes con 56 marcas en tiendas de autoservicio. El queso es el producto con mayor diversidad, representando 34% del total de productos en la rama de lácteos. PROFECO (2000) reportó la existencia de más de 800 nombres/marcas de quesos; sin embargo atrás de esta gran diversidad, se trata en realidad de alrededor de 18 tipos de quesos diferentes. A nivel sensorial la diversidad tampoco es tan grande. La mayoría de los productos son bastante insípidos, blancos, sin corteza, empacados al vacío. Todos usan una combinación variable de leche natural (excepto algunos que no usan ni un litro, como Kerry), con leche en polvo, caseinatos, grasa vegetal y otros insumos; gran parte de la producción son quesos más o menos adulterados⁴⁹, según las empresas (CFCE, 2003). La

⁴⁹ Villegas (2004: 272-277) presentó una clasificación de los diferentes tipos de quesos que se encuentran en el mercado, en función de su composición. Distinguió los quesos genuinos (con 100% de leche fluida fresca) de los quesos de imitación: los quesos extendidos (mezcla de leche fresca, leche en polvo, caseína, grasa vegetal, etcétera), los quesos recombinados (sin leche fresca) y los quesos análogos (combinación de proteínas y grasas de origen animal y/o vegetal).

Según la Ley General de Salud, los productos no deben ser ni adulterados, ni contaminados, ni alterados. Según el artículo 206, *se considera adulterado un producto cuando:*

- I. Su naturaleza o composición no correspondan a aquéllas con que se etiquete, anuncie, expendo, suministre o cuando no correspondan a las especificaciones de su autorización, o
- II. Haya sufrido tratamiento que disimule su alteración, se encubran defectos en su proceso o en la calidad sanitaria de las materias primas utilizadas.

Según el artículo 207, *se considera contaminado el producto o materia prima que contenga microorganismos, hormonas, bacteriostáticos, plaguicidas, partículas radiactivas, materia extraña, así como cualquier otra substancia en cantidades que rebasen los límites permisibles establecidos por la Secretaría de Salud.*

Según el artículo 208, *se considera alterado un producto o materia prima cuando, por la acción de cualquier causa, haya sufrido modificaciones en su composición intrínseca que:*

- I. Reduzcan su poder nutritivo o terapéutico;
- II. Lo conviertan en nocivo para la salud, o

leche natural representa entre la mitad y un cuarto de las materias primas, y la leche es sistemáticamente pasteurizada, como la exige la norma oficial sobre quesos. La empresa Chilchota, líder en el sector, utiliza anualmente 100 millones de litros de leche, 50 millones de litros equivalentes de leche en polvo, 500 t de caseinatos y 7 000 t de grasa vegetal. Además, las empresas cultivan la confusión entre productos de leche natural y productos sustitutos. Si se leen las etiquetas o se visitan los sitios internet de las marcas, todo huele a vaca, leche, pastos... Por ejemplo, el queso Caperucita anuncia primero para su queso americano “100% LECHE ENTERA DE VACA”; y más abajo anuncia que se hace con queso maduro, proteínas y grasa (sin decir el origen de la grasa); en letras más pequeñas por supuesto. ¡Aun productos light se anuncian como “100% LECHE ENTERA DE VACA”! En las etiquetas también la confusión es grande, y a veces es franca mentira, como lo muestran los diferentes estudios realizados por PROFECO sobre quesos. Para PROFECO (2006b), esa confusión no se debe sólo a las AIQ, sino que también es alimentada por los supermercados.

2.2.2.3 Un sector quesero mal conocido y en gran parte informal

Las diez primeras empresas de la AIQ concentran el 65% de la producción formal (Castro *et al.*, 2001). Entonces, si la AIQ es la subrama con más unidades manufactureras en la rama lechera, no escapa a la tendencia en la concentración. Sin embargo, según el reporte de la CFCE (2003), las cifras oficiales de la producción estarían subestimadas, ya que sólo la suma de la producción de las 11 primeras empresas sobrepasa la producción nacional estimada por SIAP (2008)... Todas estas cifras contradictorias demuestran el desorden que predomina en el sector quesero. Combinando las unidades no identificadas oficialmente, las que no declaran su producción, las dificultades en el censo productivo por la diversidad de lo que se puede entender como queso (los quesos de leche pura, los de leche en polvo, las diversas combinaciones de sólidos de origen lácteo, las imitaciones, etc.), es muy difícil presentar la realidad de la AIQ con cifras, y sería poco relevante basarnos en ellas.

En efecto los datos y cifras presentados son sólo una parte de la realidad. El sector informal en la quesería sigue siendo muy importante. A nivel mundial, Padilla y Gherzi (2001) estiman que casi la mitad de la leche producida transita por canales informales. En los países en desarrollo, la implantación de las ETN perjudicó el desempeño de las AIL nacionales. Al mismo tiempo se reforzaron algunos canales informales de procesamiento y comercialización de lácteos. Esa dinámica puede verificarse en el sector quesero mexicano. Si la AIL formal captaba una proporción mayor de la leche (70% en el 2001, contra 58% en 1994), una tercera parte seguía en canales informales en 2001. Castro *et al.* (2001) estiman que **además de las 130 000t de quesos oficialmente producidos en el**

III. Modifiquen sus características, siempre que éstas tengan repercusión en la calidad sanitaria de los mismos. Así, cualquier queso que contenga grasa y/o proteína de origen no láctea son adulterados y alterados.

2001, se generó la misma cantidad, o incluso más, en el sector informal. Mientras que la venta directa de leche bronca se ha marginalizado en México a favor de la leche ultra pasteurizada (UHT), las queserías informales siguen muy activas; incluso, en ciertas regiones (Chiapas, Tabasco, Veracruz, es decir, las zonas tropicales) esas queserías han suplantado a la Nestlé como principal AIL (Tillie y Cervantes, 2007, Muñoz *et al.*, 2003). En un estudio sobre la cadena lechera en una región del occidente de México, se reportó que la producción artesanal de derivados lácteos consumía unos 33% de la producción de leche regional, principalmente para la producción de quesos en talleres informales (Chombo, 2008a).

La informalidad en gran parte de la quesería mexicana merece una reflexión sobre lo que significa la economía informal, y como se desempeña en el caso particular de la quesería en México. Así más allá de las estadísticas, que son además poco confiables, se prefiere indagar en un análisis más cualitativo del sector quesero, y en particular de su componente informal.

2.2.3 Quesería artesanal, informalidad, y tradiciones queseras en México

En México, la población ocupada (43.3 millones de ocupados) se divide entre los trabajadores formales (36%) (con acceso a servicios de salud, que cotizan en un seguro social), los trabajadores informales (27%) y los trabajadores “informales no estrictos” (36%) (sin acceso a servicios de salud, pero que no son vinculados a una unidad económica del sector informal) (Contreras, 2009). Más que un problema de rigidez del sistema laboral o de los efectos de la crisis, la informalidad de la economía expresa una situación estructural en México: heterogeneidad de la economía, y existencia de un marco regulatorio y político que ignora y aun niega la existencia de una parte importante del sector productivo. Como es el caso por ejemplo de la quesería informal, a pesar de representar la mitad de la producción nacional.

2.2.3.1 De la noción de informalidad a una propuesta de definición de la quesería artesanal y tradicional

En su libro sobre la economía informal en los países en desarrollo, Lautier (2004) reflexionó sobre las definiciones e implicaciones de este concepto. Para él no existe un “sector informal” porque la informalidad junta actividades muy diversas, y no es posible demarcar claramente unidades informales de las formales, a menudo imbricadas. Empresas de la economía informal tienen relaciones comerciales con empresas formales (venta de insumos, comercialización de productos, etc.). Por ejemplo en el caso de México, la producción de alimentos implica a menudo en la misma cadena unidades formales (por ejemplo mayorista, procesador) e informales (puestos de venta de comida en la calle).

Si no existe un “sector informal” como tal, es posible sin embargo identificar una economía informal, conformadas por unidades informales. Lautier (2004) propuso dos criterios para caracterizarlas. Primero, el tamaño de la actividad permite distinguir las grandes empresas, formales, que emplean centenares de personas, como Alpura, Lala, Nestlé, Sigma, u otras, de empresas artesanales, que emplean 2-3 personas. Pero este criterio no sea discriminante de por sí; en efecto existen queserías que emplean más de 80 personas, sin ser formales, y otras de menos de 10 empleados que funcionan de manera formal. El otro criterio propuesto es el no respeto a la ley, la irregularidad en cuanto a normas y reglas oficiales, criterio que parece más operativo. Las queserías informales serían entonces las que no respetan la ley, incluyendo a todas las unidades que no cumplen con las obligaciones laborales, fiscales, sanitarias u otras. Significa que la informalidad concierne a todas las queserías que no respetan diferentes reglas legales como: pasteurización de la leche, normas de etiquetado u otras normas, declaración de los trabajadores, declaración en Hacienda, etc. Una unidad informal puede sin embargo respetar una o varias de esas obligaciones⁵⁰. Por ejemplo, las queserías “informales” más grandes (que trabajan 50,000L/día o más) declaran sus ingresos en Hacienda y pagan un Seguro Medico para sus trabajadores; pero como al mismo tiempo no respetan otras obligaciones, como la pasteurización de la leche o las reglas sobre el descanso semanal de los trabajadores, se consideran también como unidades informales.

Sin embargo, como se ha visto y como lo confirman diversos estudios de la PROFECO (2000; 2003a; 2003b; 2006c; 2007a; 2007b), aun queserías consideradas *a priori* formales, con existencia oficial, no respetan la normatividad. Hay diversos problemas, que se repiten de un producto al otro, y que se han mantenido desde 2000 hasta la fecha: desfase entre el contenido anunciado y real (humedad, proteína, grasa), incorporación de grasa vegetal o de almidón (lo que impide usar normalmente la denominación “queso”). Entonces, según el criterio de no-respecto a las normas oficiales casi todas serían en parte informales. Si Lautier (2004) se negó a utilizar características tecnológicas para caracterizar la economía informal en general, es posible hacerlo para una actividad particular. Así, en este trabajo, se hablará de AIQ informal (AIQI) haciendo referencia a aquellas unidades que no cumplen con reglas oficiales y aplican procesos tecnológicos “básicos”, haciendo uso mínimo de equipos e insumos, y máximo de mano de obra; en otros términos se trata entonces

⁵⁰ En general, la elección de respetar o no tal o tal regla se basa en un “sistema de representaciones” (Lautier, 2004: 100) sobre lo que es “justo” o no. También se refieren a reglas extra-oficiales, consensadas a nivel local. Esas representaciones dependen entonces de factores culturales y de la estructura social en la cual se enmarca la unidad económica. Por otra parte responden a estrategias establecidas para garantizar la sostenibilidad de la empresa: estabilizar la mano de obra, incentivar la fidelidad de los proveedores de leche, etcétera. Entonces existen formas de regulaciones híbridas, entre formalidad e informalidad, que podemos calificar de compromisos o arreglos institucionales locales, y que implican diferentes sistemas de reglas, normas, valores y representaciones.

de prácticas meramente **artesanales**⁵¹, en el sentido de la importancia de la destreza del trabajador y el carácter relativamente aleatorio de la producción (destacando la palabra “arte” en “artesanal”). Tal definición de artesanal conduce a oponer una práctica o talleres artesanales de prácticas o talleres industriales, y productos artesanales e industriales.

También se calificará esa AIQI (y sus productos) de “**tradicional**”, cuando se dedica a productos que se caracterizan por una tradición de producción y consumo localizada en el espacio y el tiempo. Froc (2006) definió los quesos tradicionales a partir de criterios históricos vinculados a tecnología, forma, tamaño o denominación, que hacen del queso tradicional un producto común en un lugar⁵². Por lo tanto un queso tradicional debe ser reconocido por la población local, considerada como “*garante de su autenticidad*”. Es “*propiedad cultural de un grupo*” (*ibid.*, p.38), quien genera y posee, de manera colectiva, los saberes específicos⁵³ a través cuales se califica el queso tradicional⁵⁴. Otra condición es que sea un producto “*vivo*”, cuya producción se inscribe en la historia y la cultura local (“*el saber técnico que constituye el tipo [del queso] es invariable desde decenios*”, *ibid.*, p.39) pero sobre todo que se siga produciendo. Para Froc (2006), tradicional e industrial no son opuestos por definición, ya que algunas tradiciones queseras emergieron en talleres industriales. Pero en el caso mexicano casi no existen tradiciones queseras industriales⁵⁵. Solo recientemente la industria ha incursionado en la producción de algunos quesos tradicionales mexicanos, pero se trata más bien de imitaciones. Por lo tanto en ese estudio sobre los quesos tradicionales de México, consideramos casi exclusivamente a talleres queseros artesanales.

⁵¹ Esta visión de la artesanía se acerca a la definición oficial dada en la ley federal para el fomento de la microindustria y la actividad artesanal: “*actividad realizada manualmente en forma individual, familiar o comunitaria, que tiene por objeto transformar productos o sustancias orgánicas e inorgánicas en artículos nuevos, donde la creatividad personal y la mano de obra constituyen factores predominantes que les imprimen características culturales, folklóricas o utilitarias, originarias de una región determinada, mediante la aplicación de técnicas, herramientas o procedimientos transmitidos generacionalmente*”. Esa definición insiste en el carácter manual y las habilidades de la mano de obra, adquiridas principalmente por experiencia. Es aun más estricta que la nuestra, implicando consideraciones sobre el origen y la transmisión generacional (acercándose así a la definición de producto tradicional).

⁵² En el caso francés, que estudió Froc (2006), 20% de la producción nacional de quesos (en volumen) corresponde a quesos tradicionales; los tres cuartos de esos quesos tienen una denominación de origen.

⁵³ Saberes que conciernen tanto a la producción como al consumo: saber-establecer, saber-producir, saber-evaluar, saber-apreciar (Casabianca *et al.*, 2005).

⁵⁴ La reflexión sobre la noción de calidad y calificación será desarrollada en el marco teórico.

⁵⁵ De acuerdo con Cervantes *et al.* (2008) y Villegas (2003), casi todos los quesos mexicanos genuinos son elaborados a nivel artesanal, aun que en algunos casos (queso tipo Chihuahua, Oaxaca o Manchego) coexisten tradiciones artesanales e industriales. Sin embargo no es siempre clara esa división, por la dificultad de establecer criterios exactos que diferencian esas dos categorías (dependiendo de varios elementos: tamaño, tecnologías, equipos, materias primas, mano de obra, etcétera). Por ejemplo, grandes queserías, que procesan más de 50,000L de leche cada día, podrían ser así calificadas de artesanales, por trabajar pura leche natural cruda, sin procesos automatizados y de manera bastante empírica.

2.2.3.2 De la importancia de las unidades informales en la quesería mexicana

Además de las AIQ censadas por el INEGI, se deben sumar un gran número de unidades informales. Según el Instituto de Salud de Chiapas, tan solo el estado de Chiapas existen alrededor de 600 queserías, pero sólo 109 AIL (incluyendo todos tipos de lácteos, excepto helados) están censadas por INEGI. Otro ejemplo, en el caso del estado Hidalgo, uno de los más pequeños del país. El INEGI censó a 29 establecimientos dedicados al sector lácteo, mientras que en una encuesta amplia realizada en 2004, se detectaron más de 110 unidades de procesamiento de leche, de todo tamaño, que procesan entre 500 y 20,000L/día (INIFAP, 2005). Existen un sin número de queserías informales, de diversos tamaños, que no son censadas ni (re)conocidas por las autoridades, a pesar de producir según Castro *et al.* (2001) la mitad de la producción nacional.

Hay otros tipos de unidades de producción de queso que no aparecen en los censos económicos, y casi no han sido consideradas en los diferentes estudios: se trata de la producción quesera realizada directamente por los ganaderos, que denominaremos “producción campesina”⁵⁶ (o “finquera”). En tan sólo la Sierra de Jalmich, existen alrededor de 200 queseros; pero según el censo económico del INEGI, había en 2009 tres queseros en todos los municipios de la Sierra de Jalmich. Guzmán H. (2004) mencionó también la existencia de un *clúster* de producción campesina de queso en una región de Zacatecas. En Ocosingo, Chiapas, muchos de los queseros producen la totalidad o parte de su leche. También se han localizados a ganaderos-queseros en cuencas de producción de lechería familiar o semi-tecnificada, desde las colonias menonitas de Chihuahua a Villaflores, Chiapas, pasando por Lagos de Moreno (Jalisco), Aculco (Estado de México), Tlaxco y Tetlatlahuca (Tlaxcala), y Chipilo (Puebla). Incluso se han encontrado unos productores de tipo intensivos que procesan su leche de manera artesanal, por ejemplo en Tizayuca. En fin, es difícil cuantificar con precisión el impacto de la producción campesina. La elección de elaborar lácteos (quesos en particular) en lugar de vender la leche puede deberse al tamaño reducido del hato, y por lo tanto a la búsqueda de una mejor valorización de la leche (Cesín *et al.*, 2007), a la inexistencia de un mercado local para la leche, o por motivos culturales. La producción campesina ofrece muchas ventajas (mejor control de la calidad, autoempleo, valor agregado), pero también es exigente, sobre todo en tiempo (para la elaboración y comercialización).

Así, lejos de ser un elemento marginal de la quesería mexicana, las unidades informales representan una parte importante de ese sector, y muy dinámico. Incluye tanto producciones

⁵⁶ La denominación de “producción casera” no sería adecuada, ya que no expresa claramente la integración de de las etapas de producción primaria y la transformación. El término de “producción ranchera” podría ser adecuado, siendo el rancho el modelo típico y tradicional de la ganadería mexicana. Sin embargo excluiría todo la producción de queso realizada por los ganaderos de traspatios, muchos de ellos ejidatarios, bastante importante en el centro del país.

específicas y tradicionales, como producciones más genéricas, conjuntando una gran diversidad de actores y de unidades (tamaño, tecnología, etcétera). Sin embargo es posible destacar algunas tendencias generales.

2.2.3.3 Fuerzas y debilidades de la quesería informal en México

La informalidad en el SLM se reforzó en los años ochenta, como alternativa frente al control del precio impuesto por el Estado sobre la leche pasteurizada, y como estrategia de diversificación de las actividades (especialmente en el medio rural) en respuesta a la crisis económica (Sánchez *et al.*, 1994). Si la liberalización de los precios ha permitido el desarrollo de un sector industrial formal y de gran escala, la producción quesera informal se mantuvo muy dinámica, por diferentes razones.

El hecho de ser informal no significa sin embargo la ausencia de inversiones, crecimiento y mejoramiento. Las pequeñas empresas tienen dinámicas particulares, que Marchesnay y Julien (1987) caracterizaron por:

- Un sistema de información externo ligado a su proximidad con el mercado;
- Interacciones constantes entre la familia y sus pequeñas unidades de producción;
- Baja especialización del trabajo (cada trabajador cumple varias funciones);
- Pocas barreras para la entrada a la salida en la actividad;
- Métodos de toma de decisión basados en la intuición.

Así, en lugar de definir la informalidad en negativo (lo que no es formal), se prefiere definirla en positivo, con sus rasgos propios. Como otras actividades informales, una de las ventajas de la AIQI es la flexibilidad, por su relativa autonomía en cuanto a leyes y normas, su capacidad para movilizar mano de obra barata (en particular gracias a la “auto explotación” de la mano de obra familiar, que hace eco a la teoría sobre el campesinado de Chayanov, 1925) y el bajo nivel de inversión (lo cual implica cierta flexibilidad para la reconversión productiva). La demanda de alimentos cambia, con el desarrollo del consumo de ciertos productos⁵⁷, la modificación de los estilos alimentarios y las nuevas exigencias de calidad (Sautier, 2000a; Boucher, 2001). Este contexto puede favorecer a las pequeñas empresas, caracterizadas por su flexibilidad productiva, su propensión a diversificarse y su reactividad al mercado, por lo menos a nivel local.

Además de su flexibilidad, para Mariscal *et al.* (2004) la AIQI tiene dos ventajas particulares: su capacidad a captar leche barata, gracias a sus exigencias menores en términos de volumen y calidad para la recolección, y el uso de sustitutos de la leche para abaratar los costos. Sin embargo, el segundo punto no es una particularidad del sector informal: al contrario, el estudio del CFCE (2003) y

⁵⁷ Por ejemplo, el aumento del consumo de quesos que ha conocido México en los últimos años, quesos nacionales y quesos importados (PROMAR, 2002).

las pruebas realizadas por la PROFECO demostraron que las AIQ formales empleaban amplios volúmenes de sustitutos de la leche. Las adulteraciones son corrientes en los productos lácteos, especialmente con los quesos, tanto en las AIQ forma como informal, con pocos controles y sanciones para los que desnaturalicen o substituyan la leche con productos químicos (Ortega *et al.*, 2002). Además, el uso leche en polvo, caseinatos y grasa vegetal requiere de conocimientos y a veces de equipos que son fuera del alcance de muchos pequeños productores. De tal manera que, lejos de ser una ventaja, la producción de quesos adulterados favorece sobre todo a las AIQ formales, integradas en empresas capaces de realizar economías de escalas que abaratan aun más los costos.

Tampoco la flexibilidad es una característica exclusiva de la economía informal; es cada vez más movilizadora por las empresas formales, pequeñas y grandes (Lautier, 2004). Algunos economistas la consideran de hecho como un rasgo del capitalismo post-fordista, que emergió desde la década de los 70' (Piore y Sabel, 1984; Boyer y Saillard, 2002): la sub-contratación⁵⁸ permite externalizar parte de la producción y de los costos y riesgos vinculados (almacenamiento, variaciones de la demanda, etcétera), y la liberalización y globalización de los mercados da la posibilidad de comprar insumos, equipos y productos donde menos cuestan. En el caso de la rama quesera, la flexibilidad caracteriza las relaciones entre ganaderos y AIL: en general no existen contratos que los vincula para la entrega de su leche, y por lo tanto la AIL es libre de cualquier compromiso con el ganadero (lo que al revés no es siempre cierto, por ejemplo cuando existe una sola AI en la región, o que el ganadero está vinculado con una agroindustria por los préstamos que le acordó). En esas condiciones la flexibilidad beneficia tanto a la AIL formal como informal.

A nivel de la flexibilidad y reactividad a los cambios del mercado, las pequeñas AIQI, por su capacidad a movilizar rápidamente su aparato productivo y sus redes sociales, logran a veces captar oportunidades del mercado. Fue por ejemplo el caso para un conjunto de AIQI ubicadas en el Nordeste brasileño (Cerdan y Sautier, 2001). Sin embargo, esas oportunidades son escasas, y a menudo de corto tiempo. Además, si el mercado es interesante, las AIQ formales pueden luego tratar de acaparar el mercado. Los beneficios de una demanda cada vez más diversa y cambiante debe para la AIQI deben entonces relativizarse. Al contrario, un estudio como el de Contreras P. (2007) muestra la dificultad de la AIQI para adaptarse en un mercado cambiante y responder de manera estratégica a los desafíos tecnológicos y comerciales. La AIQI está además en una posición de subordinación a las dinámicas impuestas por los actores dominantes del SLM⁵⁹. En esas condiciones,

⁵⁸ De hecho se vio que las grandes AIQ tienen entre ellas y con cadenas de supermercados diferentes relaciones de subcontratación.

⁵⁹ Esas dinámicas se vinculan con los cambios en la organización de la cadena, en los procesos tecnológicos, los tipos de productos, los estándares sanitarios oficiales y otras normas. Además, las AIQI son excluidas, por su

el mantenimiento de la AIQI se explica principalmente por su capacidad a captar leche barata, de calidad a veces incierta, y abaratar sus costos de producción por no respetar la normatividad. Siendo probable que un día el gobierno deje de tolerar esa situación, es entonces legítimo preguntarse ¿cuáles son los escenarios posibles para el futuro de la AIQI?

2.2.3.4 Perspectivas para la quesería informal y oportunidades para los quesos artesanales y tradicionales

Se estudiará primero la cuestión desde el ángulo del cambio tecnológico. Lautier (2004) insistió en el hecho que el cambio tecnológico radical es pocas veces compatibles con la economía informal, por cuestiones del acceso a financiamientos (créditos), por el tipo de actividad desarrollada, por su escala, por las formas de competencia entre empresas (generalmente todas informales, en mercados segmentados, lo cual no incentiva la inversión en el cambio tecnológico) y por las relaciones sociales (con la mano de obra, con los clientes, con los organismos públicos). El cambio técnico pone en tela de juicio toda la organización y el funcionamiento de la unidad informal y de los sistemas productivos que se conforman a raíz de esas actividades informales. Expone por lo tanto a la empresa informal a nuevas incertidumbres. Es en esos términos que se puede entender el escepticismo de los empresarios informales frente a la innovación (técnica, pero no solamente), y no sólo como un rechazo “cultural” o el síntoma de una supuesta ignorancia e incapacidad empresarial.

Las pequeñas empresas, especialmente las informales, son en general más propensas a la diversificación que al cambio tecnológico radical: los pequeños empresarios prefieren diversificar sus actividades en lugar de incrementar su producción principal encima de un cierto umbral “crítico” (a partir del cual el método informal y familiar de gestión mostraría sus límites, necesitando una reorganización completa de la empresa) (Pourcet, 2005). El estudio del INIFAP (2005) lo ilustró muy bien: las AIQI medianas (que procesan entre 2,500 y 10,000L diarios) son las que conocen más dificultades: son los menos eficientes, con el rendimiento quesero más bajo, y que emplean una mayor cantidad de mano de obra/volumen de leche procesada. Esa situación se puede explicar por el volumen procesado: es demasiado alto para poder tener el mismo cuidado/control que las pequeñas empresas (con mano de obra más familiar, etcétera), pero demasiado bajo para poder invertir en los equipos y tecnología necesaria y funcionar como las grandes empresas (que procesan más de 10,000L diarios de leche), que de hecho a menudo son empresas formales. Si existen grandes AIQI

informalidad, de todos los procesos políticos de establecimiento de normas, de programas de apoyos, de elaboración de proyecciones y de políticas públicas. En esas condiciones, hay poca posibilidad para que sus particularidades sean tomadas en cuenta y valorizadas. Al contrario la regulación pública tiende a imponer un modelo basado en las prerrogativas de las industrias y distribuidores dominantes.

informales, su funcionamiento es muy cercano al de empresas formales, y son de hecho obligadas a poco a poco formalizar su actividad completamente.

Entonces el cambio técnico (radical) no parece ser una opción sostenible para el desempeño de la quesería informal. Al contrario puede significar su fin: si se estandariza las producciones queseras (y aun más si se generaliza la producción de quesos “adulterados” con leche en polvo, grasa vegetal, etcétera), entonces se incentivará la formación de monopolios industriales, característica de una lógica industrial de estandarización (Eymard-Duvernay, 1989). Otra opción para la AIQI mexicana, tal vez la única que sea realmente sostenible, reside en la producción de quesos artesanales (incluyendo los quesos tradicionales). En efecto, los quesos artesanales son principalmente fruto de micro y pequeñas empresas artesanales. De los 33 quesos mexicanos identificados por Cervantes *et al.* (2008), los $\frac{3}{4}$ se producen exclusivamente de forma artesanal. Incluso muchos son quesos tradicionales, producidos en una región dada de la república mexicana. En cuanto a los demás, producidos en talleres industriales como artesanales, existe a menudo una gran diferencia cualitativa entre las producciones industriales y artesanales. Así los quesos artesanales genuinos constituyen especies de nichos de mercado particular, donde se tiene un concepto propio de la calidad, que los diferencia de los quesos industriales (Villegas 1993; Sánchez *et al.*, 1994; Wiggins, 2002; Cesín *et al.*, 2007). Es aun más cierto cuando se trata de quesos tradicionales.

Las grandes empresas han tratado incursionar ese segmento, pero con un éxito limitado. Primero porque la industrialización de los procesos de producción es poco compatible con la producción de quesos tradicionales; el resultado es muy diferente en cuanto a su sabor, textura, etcétera. Eso es válido también al comparar quesos artesanales e industriales. La reproductibilidad es tanto más limitada que la calidad específica de los quesos tradicionales se vincula a una combinación de recursos naturales, de saber-hacer específicos, y otros recursos materiales e inmateriales (Casabianca y Linck, 2005). Así los quesos tradicionales mexicanos que han sido objeto de una producción industrial no tienen nada que ver con el producto original. Producto original que en algunos casos ha desaparecido por completo (queso Oaxaca por ejemplo; aunque sigue existiendo una producción artesanal), o ha sido muy afectado por la competencia de la “copia” industrial (queso Cotija por ejemplo). Otro gran freno a la producción de quesos tradicionales en la industria es que se trata de un gran número de productos diferentes, con un mercado reducido, a menudo regional. Entonces tienen poco interés industrial y mercantil para las grandes empresas, que se han dedicadas en la imitación de los quesos más difundidos (queso Oaxaca, Cotija, chihuahua, etc.), que a menudo ya habían sido imitados en el marco de talleres artesanales (afuera de la zona de producción, y/o en condiciones diferentes).

A fin de cuenta, los quesos artesanales y tradicionales constituyen un nicho de mercado accesible e idóneo para la AIQI. Representan la mejor oportunidad para la pequeña industria lechera de diferenciarse de las industrias más importantes y así poder enfrentar su competencia, a condición de cumplir con un mínimo de calidad sanitaria (Del Valle, 2002, 2007; Wiggins, 2002). Lautier (2004: 92) afirma que *“dada la baja competitividad de las unidades de producción informales frente a los productos industriales importados, la economía informal sólo puede acarrear de manera duradera la dinámica del empleo si se apoya en la creación de rentas”*. Si consideramos la posibilidad de crear una renta en la producción de quesos tradicionales, ésta remite a procesos de calificación que permiten diferenciar los productos y aprovechar de ciertos nichos de mercado. El saber-hacer, pero también toda una combinación de recursos que dan una identidad al queso tradicional pueden ser el factor de éxito de la AIQI, pero a condición de calificar, proteger y valorizarlo. La diversidad de costumbres y gustos regionales puede constituir una oportunidad para consolidar nichos de mercado en relación a quesos tradicionales. Sin embargo, Del Valle (2000: 169), al mismo tiempo que reconoció la oportunidad para empresas de menor tamaño en tales nichos de mercado, afirmó que *“para las medianas y pequeñas se tendrán que buscar estrategias de cohesión, de cogestión, cuando menos en la comercialización, para que sobrevivan en el mercado, aun si su actividad se desarrolla en nichos particulares que no interesen a las empresas globalizadas. De esta manera habrá nuevas formas de concentración a partir de la integración comercial”*. En otros términos, aprovechar la oportunidad de nichos de mercado requiere ciertas formas de coordinación y acción colectiva entre los diferentes actores de la cadena, en particular los queseros.

Para lograr activar la especificidad de su producción quesera en el mercado, a raíz en particular de su anclaje territorial, es imprescindible desarrollar acciones colectivas, para establecer estrategias alternativas a la producción de quesos adulterados. Algunas relaciones existen entre queseros, en base a la amistad, la familia y las relaciones entre antiguos “maestros y aprendices”. Pero como lo destacó Poméon *et al.* (2008), estas relaciones son insuficientes para consolidar la coordinación y la acción colectiva, a nivel de una cuenca quesera local o de una cadena productiva. Hasta la fecha, es solamente frente a peligros inmediatos que los queseros han mostrado su capacidad a movilizarse: fue el caso de la cuenca de producción del queso de poro (Muñoz *et al.*, 2003; Villegas, 2009) y otras cuencas, en México y en otros países (ver por ejemplo el caso en Perú en Boucher, 2004).

En conclusión, se puede destacar que la economía informal no es una especie de *proto* economía formal; tampoco se le debe idealizarla como una alternativa a la economía capitalista, vinculada con

la solidaridad, la creatividad, a la capacidad de espabilarse, tipo “*small is beautiful*” (Lautier, 2004)⁶⁰. La economía informal es a la vez algo que se impone a la gente porque no tienen otra opción, y es algo que eligen porque se adecua a sus capacidades (materiales e inmateriales) y disponibilidades de los diferentes tipos de capital (financiero, humano, social, etcétera). Su análisis requiere un método fino y pluridisciplinario, que más allá de las relaciones mercantiles se interesa también a dinámicas basadas en la reciprocidad y la redistribución, y otras dinámicas sociales. La economía informal, y en particular la AIQI, constituye una economía “encastrada” (Granovetter, 1985), moldeada por aspectos sociales y culturales. Tiene sus rasgos propios, como por ejemplo la naturaleza de las barreras de entrada en la actividad (financiera o no financiera, como la pertenencia a redes de información, la formación de competencias profesionales específicas, etcétera) y sus lógicas (inconscientes) y estrategias (conscientes), entre maximización de la utilidad, acumulación, supervivencia y/o solidaridad (Lautier, 2004). De esta forma es como se define la AIQI, presente en todo el país, y en particular en las regiones tropicales del país, donde su desempeño es significativo.

2.2.4 Especificidades de la producción quesera en el Trópico mexicano

2.2.4.1 La relación entre la producción quesera y la lechería tropical

Al contrario de las grandes ALL, que se ubican a proximidad de los mayores centros de producción y/o consumo, la localización de la AIQI se vincula con la historia del sistema productivo local; depende de la presencia y dinámica de saber-hacer queseros (genéricos o específicos) y de hatos lecheros (en general de tipo familiar o de doble-propósito). La AIQI se ha desarrollada en muchos casos por ser la única alternativa para conservar y aprovechar la producción de leche en regiones donde el mercado local para la leche fluida era limitado. El desarrollo de una tradición producción quesera se ha visto reforzada por la integración de los quesos en los usos alimentarios locales, es decir, el establecimiento de una tradición de consumo, inscrita en la gastronomía local. Así, tras su emergencia, una cuenca quesera es reconocida como tal primero por los consumidores locales, y luego eventualmente por los consumidores de otras regiones en las cuales se comercializa su producción. En México, existen un gran número de cuencas queseras, de diferentes tamaños, cada una con dinámica propia.

Este trabajo se enfocará en particular a la AIQI localizada en zonas tropicales, por varias razones. Primero, muchos de los quesos tradicionales mexicanos están vinculados con el sistema de doble

⁶⁰ Álvarez (1994b) ubicó la AIQI y su funcionamiento principalmente en una lógica mercantil. Aunque que el funcionamiento de la AIQI, en particular en sus relaciones verticales, no puede entenderse solamente a partir de relaciones de tipo mercantil. De hecho el mismo autor mencionó una serie de fenómenos no mercantiles que explican en parte la dinámica propia de la cadena de lácteos en el Trópico, con un papel importante de la AIQI.

propósito, en regiones tropicales o de transición (Villegas, 1993; Cervantes *et al.*, 2008). Existe una relación muy fuerte entre la AIQI y la lechería de doble-propósito (SDP). En efecto mientras, que la AIL formal tiende a deshacerse de la mayoría de los productores de doble-propósito⁶¹ (por cuestiones de logística, calidad, estacionalidad), la AIQI se satisface del carácter aleatorio de la producción lechera en zonas tropicales. Las exigencias de calidad de la AIQI, menos drásticas, son más adecuadas con las condiciones en el cual se desarrolla la producción de leche en el Trópico. La elaboración de quesos permite conservar la leche, a pesar de las condiciones climáticas adversas, y comercializarla en regiones más pobladas⁶².

En las cuencas queseras del trópico, la producción quesera se reparte entre varios pequeños o medianos talleres, en general informales. Si el control de la cadena quesera informal (sobre todo del valor agregado) se concentra en el aval (AI y comerciantes) como en el resto del SLM y de las cadenas productivas agroalimentarias en general (Requier-Desjardins, 2004a), la presencia de un gran número de AIQ procure mayor flexibilidad para el ganadero, quien puede aprovechar la competencia entre ellos para obtener mejores condiciones, o incluso asumir él mismo la producción de queso. Muñoz *et al.* (2003) constataron que la mayor fuente de variación a nivel de los resultados técnico-económicos entre unidades ganaderas del trópico se vincula con el canal de comercialización con el cual se relaciona cada unidad (más que la genética, la alimentación o la orientación productiva). Según las modalidades de pago (frecuencia, forma de pago, seguridad) y recolección (seguridad en la recepción de la leche, hora y lugar,...), las exigencias de calidad, el precio⁶³, los ganaderos eligen un canal de comercialización, o combinan varios. Tal situación atenúa la relación de dependencia y les permite resistir más a las presiones de las AIL, al contrario de lo que mostró Cervantes *et al.* (2001) para los productores familiares de los Altos de Jalisco, casi cautivos de una sola AIL. En algunas regiones del Trópico, la competencia ha llevado a la pérdida de peso de Nestlé en Chiapas y Tabasco, frente a las AIQI locales⁶⁴. Los ganaderos logran imponer parte de sus constrañas (estacionalidad,

⁶¹ Una empresa como Ultralácteos, agroindustria formal localizada en Tabasco, que produce leche y queso, enfrenta cada año problemas graves de abasto y de contabilidad. Su situación es bastante inestable, debido a la dificultad de componer entre el abasto inestable de leche proveniente del sistema de doble propósito (volumen, precio y calidad) y un mercado (supermercados) que requiere homogeneidad en términos de volumen y calidad.

⁶² En general las AIQI en zonas tropicales se ubican en zonas de baja densidad de población, donde la valorización de la leche depende de mercados no locales (en regiones vecinas, o a nivel nacional). Al contrario, las AIQI del centro del país tienen un mercado más local.

⁶³ Los ganaderos, a pesar de un precio promedio anual muy similar entre los queseros y la Nestlé, desvalorizan el hecho de que los precios de Nestlé no suban en tiempo de secas, como lo hacen los queseros.

⁶⁴ Muñoz *et al.* (2003) presentaron una encuesta sobre las preferencias de los productores en cuanto al canal de comercialización. Llegaron a la clasificación siguiente: primero Nestlé, luego Ultralácteos, venta directa y por último los queseros. Sin embargo esa clasificación no refleja la realidad, con la importancia creciente de los queseros. Eso podría provenir de un error en el sistema de notación: el hecho de que la calidad sea más baja

flexibilidad, difusión geográfica de la producción), impidiendo que se cumpla la “fluidez industrial” que busca la agroindustria. Sin embargo no significa que no existe cierta fluidez, cierta coherencia entre los diferentes actores de esa cadena que hace de la quesería en zonas tropicales una alternativa efectiva frente al modelo Holstein y a las grandes AIL.

En fin, la leche producida en los SDP tiene características diferenciativas (Villegas, 2004), en particular a nivel de su composición en grasa y proteína. La riqueza de la microbiota (bajo la condición de ser regulada por diferentes prácticas, para impedir una contaminación microbiológica) participa también en la especificidad de los quesos que se producen en esas regiones. En ese sentido, la leche del SDP puede ser considerada como un recurso específico (Boucher, 2006), que califica y diferencia el queso para el cual se usa. Pero la especificidad del queso no se vincula solamente con la leche, sino también con la particularidad de las condiciones y organización técnico-económica y social de la AIQ en el Trópico.

2.2.4.2 Características de la AIQI en el Trópico mexicano

Las queserías presentes en zonas tropicales tienen en común de ser empresas artesanales, a menudo de tipo familiar. A pesar de la gran disparidad entre unidades que procesan 50 o 100L cada día y otras que alcanzan 100,000L/día⁶⁵, todas se caracterizan por trabajar leche cruda y emplear una tecnología “básica” (equipos y procesos), con un saber hacer empírico, mezclando tradición, innovación e intuición, e infraestructuras más o menos “improvisadas”. Por falta de conciencia pero también de medios, sus exigencias en términos de calidad son más reducidas que en la AIL formal. Sus productos son comercializados principalmente en tianguis, tiendas de abarrotes y cremerías, a nivel local, regional y a veces nacional. En el trópico se elabora en mayoría quesos frescos (tipo Oaxaca, panela, tipo Cotija⁶⁶, queso crema, etc.), por ser los más consumidos en el país. Sin embargo existe también una tradición de quesos madurados, especialmente en zonas de transición climática, que desarrollan pequeños queseros (incluso queseros-ganaderos): queso Cotija, queso añejo de Zacatecas, queso bola de Ocosingo, etcétera.

Hay en general una competencia local fuerte entre los queseros, ya que las cuencas queseras del Trópico se caracterizan por una fuerte concentración de unidades. Esa competencia, más o menos

con los queseros es de alguna manera un argumento en su favor, puesto que permite al ganadero vender leche que no aceptaría la AI formal.

⁶⁵ Puede parecer raro calificar una empresa que procesa 100,000L/día de “artesanal”. Sin embargo, el funcionamiento de esas empresas no difiere significativamente en cuanto a la tecnología empleada, los procesos, y la organización general del trabajo. Lo único que cambia es el peso reducido de la mano de obra familiar, y las implicaciones a nivel de la organización y de la calidad que implica la presencia de un gran número de trabajadores asalariados.

⁶⁶ Si el queso Cotija tradicional, producido en la Sierra de Jalmich, es madurado, el queso tipo Cotija, producido en particular en la Costa de Chiapas, es solamente oreado algunos días antes de ser comercializado.

intensa, se da en la comercialización del queso y/o recolección de la leche. En tiempo de baja producción (en “secas”), los queseros compiten para coleccionar más leche. En tiempo de aguas, se “pelean” para colocar sus productos en un mercado saturado. Para eso, han desarrollado varias estrategias enfocadas a estabilizar su abasto y aprovechar los altos precios del queso en “secas” (Muñoz *et al.*, 2003):

- Favorecer el auto abasto, con ranchos propios o de algún familiar;
- Elegir los ganaderos más grandes;
- Personalizar la relación con los productores, con incentivos a la lealtad: frecuencia y puntualidad en el pago, préstamos, tolerancia y flexibilidad para la recolección, etcétera.
- Congelar la cuajada o conservar el queso en cámaras frías;
- Aprovechar la presencia de una empresa capaz de absorber los excedentes en tiempo de lluvias (como la Nestlé, o Ultralácteos en Tabasco), como regulador del sistema.

De todas estas estrategias, las principales y más comunes son las que se enfocan a estrechar y personalizar la relación con los ganaderos.

A nivel del mercado del queso, la falta de regulación, coordinación y control sobre la calidad genera una fuerte inestabilidad, que desincentiva las inversiones y castiga las estrategias basadas en la calidad; el corto plazo prima sobre el largo plazo. De hecho, como se evidencia en Poméon *et al.* (2007), los quesos sufren de un mercado con poca diferenciación, en el cual la calidad no se reconoce y entonces no se puede valorizar. La incertidumbre penaliza el mercado de productos de calidad, y favorece los productos de calidad inferior, como lo caracterizó Akerlof (1970) para el mercado de los “lemons” (coches de segunda mano). Esto ha favorecido el desarrollo de la adulteración de los quesos. Si la AIQI tropical ha mantenido mucho tiempo una producción “genuina”, se difunden cada vez más prácticas de adulteración: descremado total, uso de leche en polvo y grasa vegetal, caseinatos, almidón, etcétera. A corto plazo, esa estrategia permite a la AIQI tropical ganar en competitividad y rentabilidad. Pero a largo plazo, se perderá la ventaja diferenciativa de ofrecer un producto de calidad superior, típico del trópico o de una región en particular, susceptible de satisfacer las demandas particulares de tal o tal nicho de mercado. Esa homogeneización del mercado se acompañará probablemente de una concentración del sector. Entonces, como se mencionó anteriormente, la calificación y valorización de los quesos artesanales y tradicionales podría ser una alternativa sostenible y eficiente frente a esta situación. Se tiene entonces que crear nuevas relaciones entre productores y consumidores, lo cual implica en un primer tiempo entender la dinámica del mercado quesero. Sin embargo, este mercado se conoce muy poco, en particular en su componente informal. A continuación, se analizarán la situación del mercado del queso y las características cuantitativas y cualitativas del consumo de queso.

2.2.5 Consumo y mercado de quesos: oportunidades y amenazas para los quesos mexicanos

El sector agropecuario y agroalimentario mexicano se caracteriza por su heterogeneidad, en cuanto a los sistemas productivos, y sus resultados técnico-económicos. A nivel de sistema lechero mexicano, esa heterogeneidad se plasma en la coexistencia de unidades productivas muy diferentes, destacándose la dualidad entre pequeños y grandes ganaderos, entre agroindustrias formales e informales. De la misma forma, a nivel del consumo de alimentos, es posible distinguir entre el consumo de alimentos artesanales (entre ellos, los tradicionales) y alimentos estándares. Los alimentos artesanales son producidos en PYMES, y las grandes agroindustrias dominan el mercado de los alimentos estándares. Sin embargo, existen también PYMES, talleres artesanales, que producen alimentos estándares; por ejemplo es común ver pequeñas queserías utilizar leche en polvo, grasa vegetal, u otros insumos industriales, y producir quesos de imitación o análogos. Incluso a veces utilizan su imagen de pequeños talleres, de artesanos, para engañar al comprador sobre la verdadera naturaleza del producto.

Así la cadena productiva de quesos en México es un conglomerado complejo, que combina diferentes sistemas ganaderos, con diferentes tipos de agroindustrias, tecnologías, segmentos de mercado y patrones de consumo. Antes de ver el marco legal y administrativo en el cual se insertan los quesos mexicanos en relación a su posible valorización como producto tradicional, se hará un breve análisis sobre el consumo de queso en México, en cuanto a aspectos cualitativos y cuantitativos.

2.2.5.1 Situación y perspectivas del consumo de quesos en México

La historia del consumo de leche en México empieza con la conquista española. En la primera parte del Siglo XIX se producía leche y queso principalmente para el autoconsumo, siendo el mercado para lácteos limitado (Del Valle, 2000). En la segunda mitad del Siglo XX, los lácteos pasan a ser un alimento común, y la creación de un mercado nacional, con el desarrollo de las vías de comunicación, favoreció la expansión de la ganadería y el acceso a mercados más amplios para los productos ganaderos. A partir de la década de los 60's y sobre todo de los 70's, el aumento del nivel de vida fue sinónimo de nuevas demandas, entre otros de productos lácteos, tendencia reforzada por el programa de abasto social de la leche. Desde entonces, se conoce un constante déficit en la producción de leche, que se compensa con importaciones. A nivel del desarrollo del mercado, los principales problemas que se encuentran son las limitaciones por el poder de compra reducido de gran parte de la población, y la regulación de la calidad, con la presencia de muchos productos lácteos de imitación, no siempre bien identificados como tal.

Según Castro *et al.* (2001), en 1999, de los 117 Kg. de leche de consumo aparente per cápita anual, el 15% se consumía bajo la forma de quesos producidos por la AI formal, y 11% bajo la forma de quesos artesanales (Figura 14); correspondiendo respectivamente a 1.7 y 1.3 Kg. de quesos. En las ciudades de los estados de Hidalgo o Veracruz, el consumo de queso se eleva a más de 12 Kg./cápita/año (Martínez y Ortiz, 2003; INIFAP, 2005).

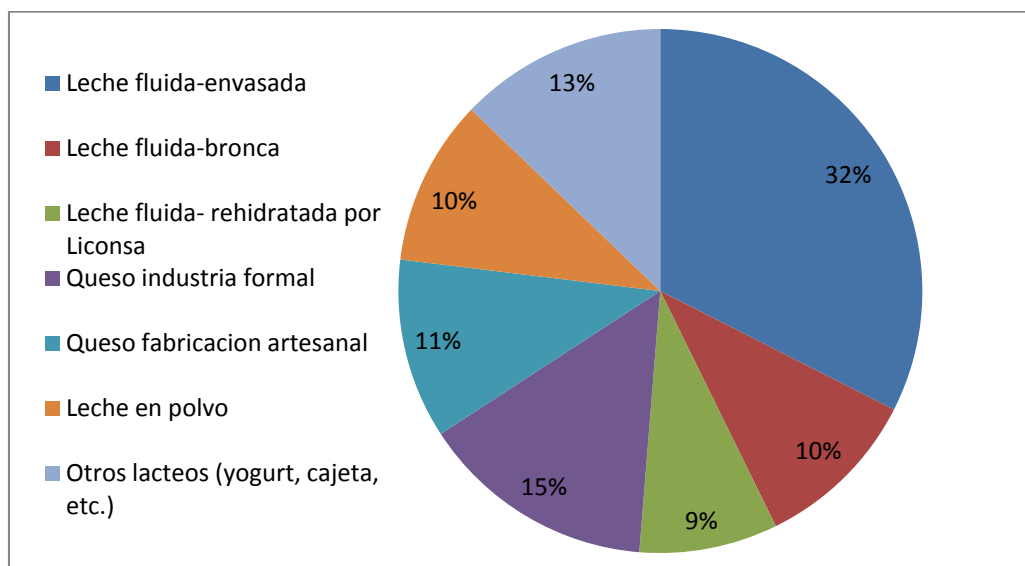


Figura 14: Repartición del consumo de la leche por tipos de productos en 1999 (fuente: Castro *et al.*, 2001)

Los quesos tradicionales son producidos por talleres informales, por lo cual no existen estadísticas en cuanto a su consumo. Tampoco existen estudios muy detallados y nítidos acerca del tema, por lo cual se tratará aportar aquí algunos elementos tanto cuantitativos como cualitativos, sin poder detallar la situación.

2.2.5.1.1 Tendencias cuantitativas del consumo de quesos en México

Los datos de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) de 2006⁶⁷ revelan las diferencias en cuanto al consumo de derivados lácteos (excluyendo la leche) entre hogares. Los hogares más pobres, de los dos primeros deciles, consumen significativamente menos lácteos (Figura 15 y Figura 16). Además el monto del gasto por hogar en derivados lácteos es creciente en función del nivel de ingresos.

⁶⁷ Consultables en:

http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/enigh/enigh_2006/default.asp?s=est&c=11428

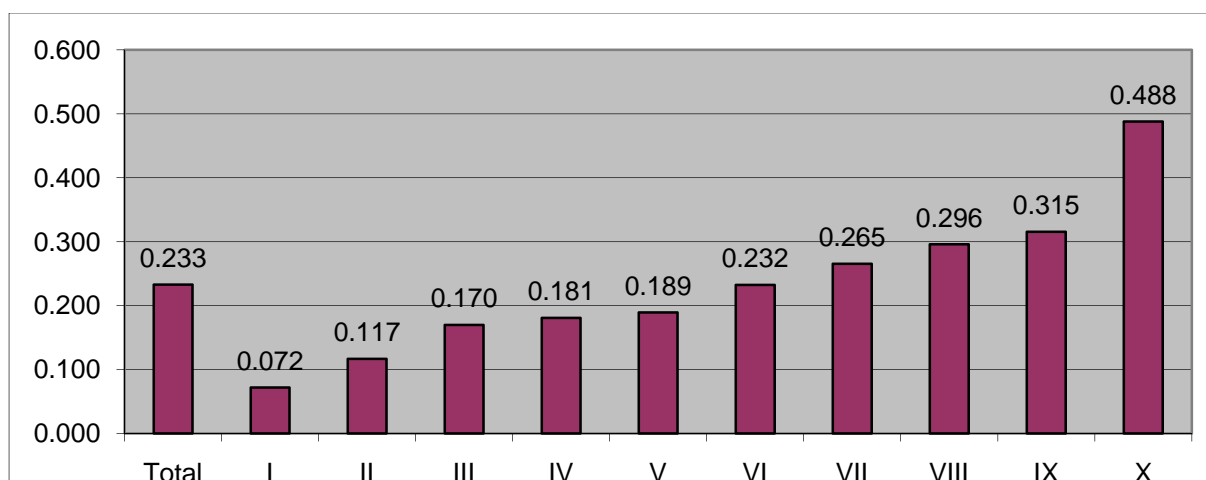


Figura 15: gasto monetario promedio trimestral (miles de pesos) por hogar en derivados lácteos según el nivel de ingresos (elaboración propia con datos de ENIGH, 2006)

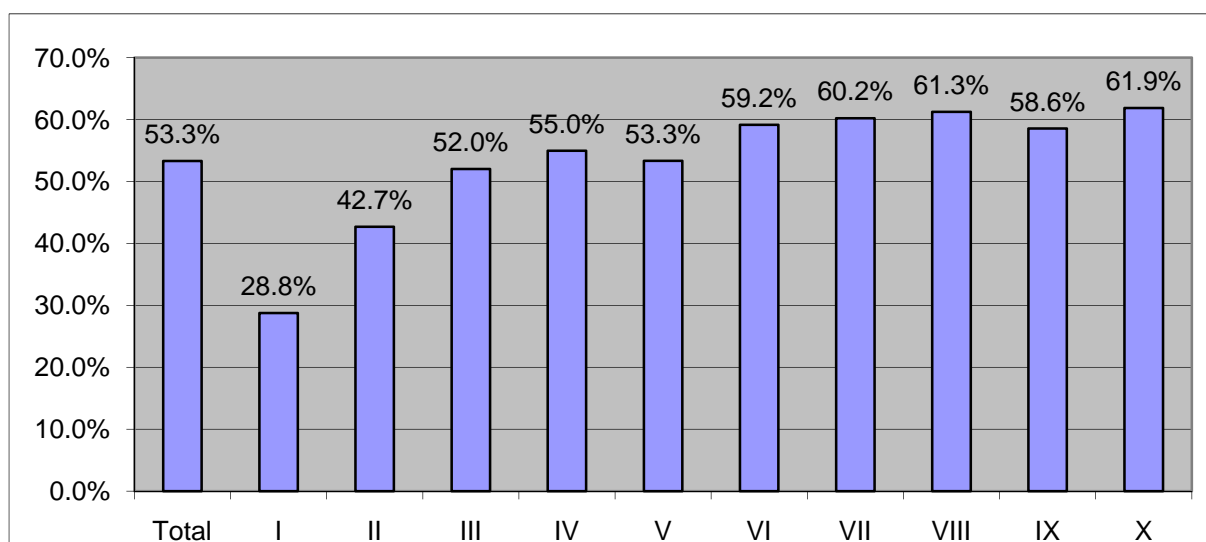


Figura 16: proporción de hogares que realizan gastos en derivados lácteos según su nivel de ingresos (elaboración propia con datos de ENIGH, 2006)

En esta situación, no es sorprendente ver que los 5 deciles más ricos representan los 2/3 del gasto total en derivados lácteos, y los tres primeros 47.3% del gasto total. A nivel relativo de cada decil, los derivados lácteos representan una parte bastante homogénea del gasto monetario total y del gasto monetario en alimentos y bebidas. Según cifras del ENIGH (2006), representan de 1 a 1.5% del gasto monetario total, y de 3 a 4% del gasto monetario para alimentos y bebidas.

Según datos más detallados, el gasto de los hogares en algunos tipos de queso (queso fresco sólo, y con el queso Oaxaca para la región Centro y queso Chihuahua para la región Noreste) representaba en 2004 entre 2 y 4% del gasto total en alimentos, según las regiones (SIAP, 2006).

Siguiendo las tendencias del consumo de queso desde la década de los 90', se puede esperar un crecimiento del consumo (aunque con la crisis económica, las ventas se estancaron, incluso bajaron).

Pero las consecuencias de tal crecimiento son inciertas para el sector nacional: las importaciones podrían aprovecharlo más que los productores nacionales. Así, entre 2002 y 2007, el consumo aparente de queso aumento de 10%, las importaciones de 35% y la producción de queso mexicano de... 1%. Las exportaciones pasaron de 0 a 2 mil toneladas (SIAP, 2008). En el segmento de los ingresos más altos, se difundieron quesos “finos” o “Gourmet” (“*delicatesen*”) importados (PROMAR, 2002; Reforma, 2010), más que por los quesos mexicanos de calidad (artesanales, y tradicionales). El consumo de quesos importados puede ser parte de la afirmación y ostentación de un rango social diferenciado (cf. los trabajos de Veblen, 1899 y Bourdieu, 1988), mientras que lo tradicional, lo local, sigue siendo a menudo despreciado.

Para entender la dinámica general del sector quesero, es también necesario interesarse a los precios que se manejan en el mercado.

2.2.5.1.2 Tendencias en el comportamiento de los precios

En cuanto a los precios del queso, los datos disponibles son muy escasos, y más aun para la producción informal. A nivel de los precios al consumidor, los datos de Boletín de leche de SIAP (1999; 2008) sobre valor y volumen de la producción de diferentes tipos de quesos permiten constatar la evolución ascendente de los precios (Figura 17 y Tabla 2). Estos datos coinciden con los precios dados por PROMAR (2002), destacando que el queso más barato es el queso doble crema, el más caro es el queso tipo manchego y luego el tipo Oaxaca.

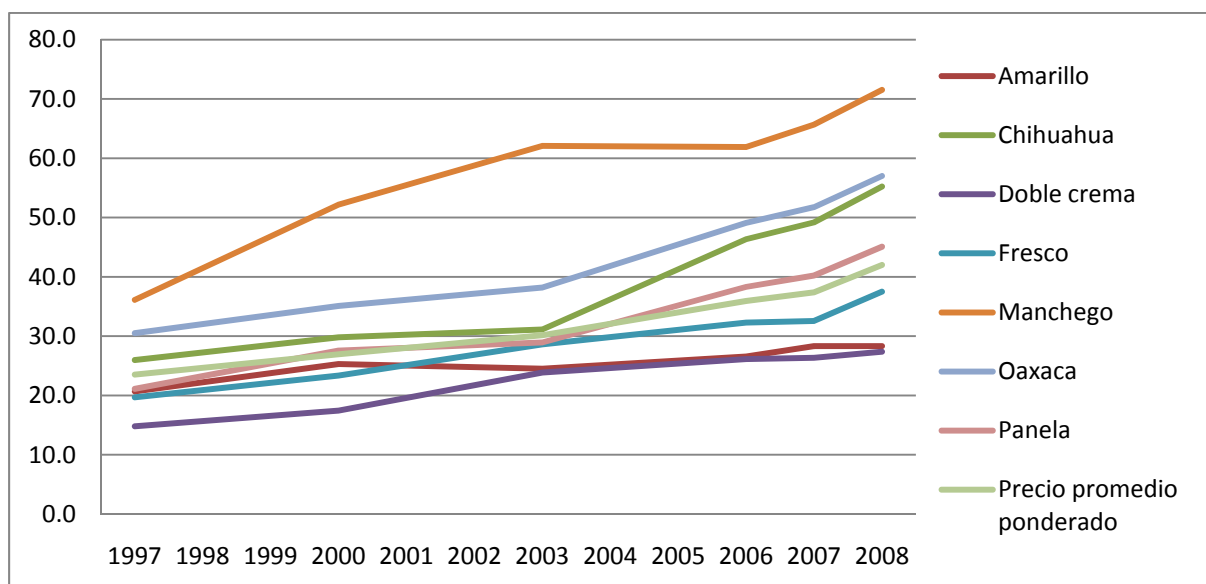


Figura 17: evolución de los precios al productor de diferentes tipos de quesos, en pesos corrientes (elaboración propia con datos del Boletín de Leche de marzo 1999 y diciembre 2008)

	Amarillo	Chihuahua	Doble crema	Fresco	Manchego	Oaxaca	Panela	Precio promedio ponderado
1997	20,7	26,0	14,8	19,7	36,1	30,5	21,1	23,52
2000	25,28	29,81	17,43	23,34	52,18	35,10	27,55	26,9
2003	24,50	31,12	23,86	28,62	62,09	38,21	28,93	30,14
2006	26,56	46,35	26,14	32,27	61,89	49,11	38,29	35,93
2007	28,32	49,19	26,35	32,56	65,68	51,75	40,23	37,38
2008	28,31	55,22	27,38	37,50	71,51	56,99	45,07	41,99

Tabla 2: evolución de los precios al productor de diferentes tipos de quesos, en pesos corrientes (elaboración propia con datos del Boletín de Leche de marzo 1999 y diciembre 2008)

La Tabla 3 presenta el Índice Nacional de Precio al Productor para el mercado nacional; muestra una evolución diferente de los índices para diferentes tipos de lácteos y de quesos. Cabe destacar que los quesos que más aumentaron (queso amarillo; y queso manchego) son también los productos que más dependen de las importaciones, y por lo tanto más sensibles a las variaciones de precio a nivel internacional. En comparación, el Índice Nacional de Precio al Productor para la leche (precio al ganadero) era de 154 en diciembre 2008 (según datos del Banco de México), lo cual muestra un incremento mayor del precio al productor que del precio de los quesos.

Leche pasteurizada	Queso Oaxaca/asadero	Queso fresco	Queso Manchego/Chihuahua	Queso Amarillo	Otros quesos
138,7560	117,9600	126,9680	133,1490	140,5650	124,0230

Tabla 3: índice de precio al productor en diciembre 2008 (con base 100 en diciembre 2003) (fuente: Banco de México)

A nivel del mercado informal, los datos son aún más escasos. Para el año 2004, Poméon *et al.* (2007) reportaron un precio al productor que varía entre 31 pesos/Kg. para queso fresco, y hasta 36 pesos/Kg. para queso tipo Oaxaca. En el sur de Tlaxcala, Cesín *et al.* (2007) dan un precio que varía entre 30 y 40 pesos/Kg. En Aculco, Estado de México, Espinosa (2009) reportó precios al productor de unos 50 pesos, similares para queso tipo manchego, tipo Oaxaca, y tipo panela y precios al consumidor que varían entre 55 y 60 pesos/kg.

Por otra parte, Espinosa (2009) reportó que los quesos genuinos producidos en México son 17% más caros que los quesos importados⁶⁸. Los quesos adulterados (con extensores) son aun más baratos, pues según el mismo autor, fueron más baratos de 27% que los quesos genuinos.

En cuanto a los precios al consumidor, los datos son también muy escasos, que sea para el sector formal e informal. En la Tabla 4, se presentan algunos datos, provenientes de diversas fuentes bibliográficas o de entrevistas con queseros; en el anexo 1, se presenta una serie de precios a una fecha determinada, que muestra que son muy variables, aun para un mismo tipo de queso, en función de la marca y de la presentación. En efecto, una misma denominación quesera (tipo Panela,

⁶⁸ En 2002, la diferencia de precio entre quesos nacionales e importados alcanzó los 105%.

tipo Manchego, etc.) puede abarcar en realidad muchos productos diferentes, algunos adulterados con extensores.

	Amarillo	Chihuahua	Doble crema	Fresco	Manchego	Oaxaca	Panela	Tipo Cotija	Otros
PROMAR-2001 (USD)	60,35	67,02	41,45	42,2	75,67	80,28	58,84		gourmet: de 15 a 50 US\$
Mínimo-nacional formal (Prochile, 2007)	62,04	40,04		57,20	61,60	44,00		54,56	
Máximo-nacional formal (Prochile, 2007)	94,93	57,97		99	96,8	71,5		90,97	
Chipilo-informal 2007 (datos propios)									queso Chipilo: 55
Jilotlan – informal – 2008 (datos propios)								53	
Aculco-informal (Espinosa, 2009)		55	55	55					
Balancan-Tabasco - informal 2009 (datos propios)									queso de poro: de 80 a 100\$
Ciudad de México- formal (PROFECO, 2010)			58		114	103	91	97	

Tabla 4: Algunos datos sobre los precios a la venta de diferentes tipos de quesos y/o en diferentes regiones

Las datos cuantitativos y estadísticos ofrecen al final pocas informaciones sobre el consumo de queso en México, más aun al considerar que no toman en cuenta toda la producción informal. Es necesario entonces movilizar un enfoque más cualitativo para entender la dinámica de ese mercado.

2.2.5.1.3 Tendencias cualitativas en el consumo de quesos en México

En México, el consumo de queso se caracteriza a menudo por la asociación de un tipo de queso con un platillo dado. Los quesos se consumen combinado con otros alimentos: chile relleno de queso tipo Oaxaca o queso panela, quesadillas con queso tipo Oaxaca, asadero o adobera, enchiladas con queso Cotija, etcétera. Sólo, se consume como “botana”, acompañando por ejemplo una cerveza, o una copa de mezcal.

Los patrones de consumo alimentario han sido ampliamente influidos por la oferta de las grandes agroindustrias, bajo un modelo de consumo global de productos estandarizados, tanto en las zonas rurales (Abrahamer, 2007) como urbanas, incluyendo las familias con bajo y alto ingreso (Duhau y Giglia, 2007). El dominio de las formas de producción, distribución y consumo que se ha denominado “de masa”, se reforzó en un contexto de crecimiento de la población, cambios técnico-económicos en la agricultura y la agroindustria, y desempeño de los supermercados. Las agroindustrias han

logrado imponerse incluso en las pequeñas tiendas, a través de sus redes de distribución, y de diversas estrategias para reforzar su relación con los comerciantes (entrega de refrigeradores, de material promocional,...). El bombardeo de publicidad y comerciales terminó convencer a la población. Además, los programas de asistencia del Estado, en particular Diconsa y Liconsa⁶⁹ (en el caso de la leche) han favorecido la adopción de productos estandarizados y de nuevos padrones de consumo. Se conoció un declive de las redes locales de producción y distribución, desfavoreciendo los pequeños productores agropecuarios y talleres agroindustriales artesanales, que perdieron en parte las posibilidades de venta en los mercados locales.

Si se tiende a asociar el consumo de productos de la agroindustria informal y artesanal con la población de bajo ingreso, y al contrario el consumo de productos de la AI formal, nacionales o importados con la población de altos ingresos, la situación real es más compleja. De un lado el consumidor mexicano ha integrado en su dieta muchos productos industriales. Pero a la par siguen vigentes ciertos modos de consumo, que marcan el apego de los mexicanos, aun los más ricos, para la comida tradicional. Así, a pesar de la presencia de los supermercados, siguen comprando ciertos productos en los tianguis o tiendas de abarrotes, así como mucha comida callejera (Duhau y Giglia, 2007). La resistencia de la AIQI se podría entonces explicar por un gusto de los consumidores por quesos genuinos, artesanales, aun por parte de los consumidores de altos ingresos⁷⁰. Eso explica también que los supermercados no sean (tanto) predominantes como lugar de compra de quesos (ver en INIFAP, 2005 para el caso del estado de Hidalgo), al contrario de lo que pasa con muchos otros productos: como los supermercados ofrecen casi exclusivamente productos de las AIQ formales, y no de los talleres artesanales, los quesos tienen una calidad diferente, en particular en cuanto a su sabor y textura en comparación con los quesos artesanales. El criterio cualitativo es importante. Así en el estudio del INIFAP (2005), más del 1/3 de los consumidores reclaman que los quesos tengan más sabor a leche; en segundo lugar reclaman mayor calidad, con mejor información en la etiqueta (y primera que haya etiqueta...); la preocupación por tener precios más bajos llega solamente en tercer lugar. Según González *et al.* (2008), 82% de los consumidores entrevistados suelen consumir quesos artesanales. Dan mucha importancia al sabor y a la calidad en el 90% de los casos; sólo el 30% acuerdan el mismo nivel de importancia al precio, la marca y la presentación. Asocian en general lo artesanal con el carácter más natural de los productos, como productos con

⁶⁹ Según el INEGI (2008), en el 2007 Liconsa distribuía leche a 5.6 millones en el 2007. Por otra parte, el programa de abasto rural (Diconsa), a través de sus tiendas comunitarias, ayudaba a 45 millones de beneficiarios.

⁷⁰ Esa tendencia es cada vez más fuerte en un contexto de crítica del modelo alimentario industrial, de masa, que se acompaña de una revalorización de los alimentos artesanales y locales (Fritscher Mundt, 2002; Sánchez M., 2006). Sin embargo no hay estudios que hablan del caso específico de la situación de los quesos, excepto en cuanto al mercado nostálgico, que se analizará más adelante.

“*menos químicos*”. De esta manera, se puede decir que existe, efectiva y potencialmente, ciertas preferencias para los quesos tradicionales.

En un estudio de González D. *et al.* (2007) sobre el consumo de quesos artesanales en la ciudad de Toluca, se menciona que el 72% de las familias consumen quesos artesanales, que distinguen por su “*presentación natural*” y su “*sabor característico*”. Para la ciudad de Toluca, se estima que el consumo de quesos artesanales varía entre 2,002 y 2,403 Kg. /día (para unos 500,000 habitantes). “*La costumbre, sabor, gusto y percepción de ser sanos y nutritivos son las razones que los consumidores dan para preferirlos sobre otro tipo de quesos*” (*ibid.*). El criterio sanitario no es significativo para los consumidores de quesos artesanales. Sin embargo, es un factor que explica que el 28% de las familias no consumen quesos artesanales, junto con la dificultad de conseguirlos, su costo y el hecho de no conocerlos.

No se puede reducir la segmentación del mercado de queso a una segregación por tipos de ingresos. Sin negar su influencia en un producto que es relativamente caro, el consumo hace intervenir un conjunto de factores, tanto económicos como sociales, geográficos y culturales (ver por ejemplo en Castillo y Morales, 2004; Duhau y Giglia, 2007). Lo que es cierto es que existe una gran confusión en ese mercado. El estudio de González *et al.* (2008) muestra que el concepto de queso artesanal no es muy claro. Además, hacen falta marcas y sellos de calidad para reconocerlos, por lo cual a veces los consumidores prefieren comprar un queso industrial con una marca distinguible. La confusión concierne por ejemplo el queso Cotija, como lo muestra una encuesta realizada en el 2008 (Sin autor, 2008b). En efecto, tanto en los planteamientos del estudio como en las respuestas de los consumidores entrevistados, no se hace la distinción entre el queso Cotija, artesanal y tradicional, producido en la Sierra de Jalmich, y el queso tipo Cotija, un queso muy diferente, a menudo industrial, que no tiene nada que ver con el Cotija tradicional. Así se comparan dos productos (queso Cotija y queso tipo Cotija) que tienen muy poco que ver uno con otro; y por otro lado no se toma en cuenta en tal estudio que los quesos tradicionales son vinculados a redes de mercados particulares, más o menos informales (venta directa, intermediarios, tiendas o cremerías especializadas), a menudo locales o regionales. No tiene mucho sentido llevar un estudio de mercado en lugares donde no está presente el producto, y donde casi nadie lo conoce, sin tomar en cuenta esta situación particular. Al mismo tiempo, eso denota del problema para valorizar los quesos tradicionales, pues eso requeriría un gran trabajo de información al consumidor, tanto en la etiqueta del producto como a través de promociones, o de capacitaciones de los vendedores. Entonces quedan muchos esfuerzos para consolidar y poder aprovechar el potencial comercial de los quesos artesanales y tradicionales.

Pero el mercado de los quesos mexicanos no se limita al territorio nacional. En efecto, debido a la fuerte migración hacia EE.UU., emergió un mercado, calificado de “nostálgico”, en los cuales los quesos tradicionales ocupan un lugar importante. Se analizará los grandes rasgos de ese mercado, que informa tanto sobre el potencial de los quesos tradicionales mexicanos para su exportación, pero también ofrece perspectivas interesantes sobre la relación entre el consumidor y estos quesos.

2.2.5.2 El potencial del mercado nostálgico para los productos mexicanos

Las relaciones entre México y EE.UU. forman una compleja trama, en particular a través de la población mexicana o de origen mexicana que reside en EE.UU. Desde la década de los 80' y aun de los 90', se ha desarrollado un nuevo padrón de migración: definitiva, con mayor participación de mujeres y jóvenes, y de gente con mayor nivel de calificación (Guzmán, 2004; Requier-Desjardins, 2009). Según la CONAPO (Consejo Nacional de Población)⁷¹, en el 2009, más de once millones de personas nacidas en México residían en EE.UU., y el flujo migratorio anual neto hacia el vecino representa unos 390 mil mexicanos. La población rural compone el 40% del flujo migratorio, mientras representa solamente 25% de la población total. Los problemas económicos estructurales que afectan el campo participaron a un incremento de la emigración. Las remesas que mandan los migrantes constituyen la segunda fuente de divisa del país, después del petróleo (CESOP, 2004). Tienen una influencia fuerte en la economía del país, tanto a nivel macro como micro. En algunas regiones o estados, su participación al PIB es clave (Guzmán, 2004).

El fenómeno migratorio ha originado la emergencia de diversas organizaciones y redes sociales. El destino de los migrantes, en particular de las zonas rurales, depende a menudo del destino de los migrantes precedentes de la misma región. Así los migrantes en EE.UU. son organizados en asociaciones, clubes, u otros grupos más informales. Pero también son parte de redes transnacionales, que Guzmán (2004) llamó “*comunidades transnacionales*”. A través de ellas los migrantes tienen un papel destacable en la aparición de nuevas ideas, en diferentes ámbitos (económico, cultural, etcétera), y en las estructuras de poder local.

Al regresar de visita en sus tierras, los migrantes traen diferentes mercancías (tipo electrodoméstico), y compran, para ellos y/o otros paisanos que no pudieron venir, los productos tradicionales típicos de su región, en particular alimentos (quesos, moles, etcétera). Si compran en general pequeñas cantidades, el gran número de migrantes da a veces a ese canal de comercialización una importancia clave para la dinámica de tal o tal cadena productiva local. Así, esas compras pueden tener diferentes clases de impacto: económico (soporte a las actividades

⁷¹ http://www.conapo.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=27:migracion-internacional&catid=25:que-es-conapo&Itemid=243 . Consultado el 27 de febrero de 2009.

económicas locales: producción primaria, agroindustria local, intermediarios), social (prestigio de los productores a través la venta a migrantes) y cultural (mantenimiento de producciones tradicionales). La amnistía para los migrantes de 1986 ha tenido un papel clave en el reforzamiento de ese mercado: si se acompañó de un incremento de las inversiones de los migrantes en EE.UU., fluyendo menos dinero hacia México, permitió por otro lado visitas más frecuentes de los “paisanos”, y por lo tanto mayores ventas de productos tradicionales.

Este mercado, calificado de “nostálgico”, o de “mercado de la nostalgia”⁷² (Requier-Desjardins, 2009, habla del mercado de la “diáspora”) no se resume a las compras directas que hacen los migrantes en su región de origen. Emergieron empresas formales, que producen y/o importan productos mexicanos, y también organizaciones informales, que se encargan traer los productos tradicionales hacia EE.UU., movilizando redes sociales en ambos lados del río Grande. Al final, el mercado nostálgico forma un nuevo nicho de mercado, que conoce un crecimiento fuerte en EE.UU.

Según un estudio de la CEPAL (2003), existe un fuerte potencial para los productos étnicos y de nostalgia⁷³ latinoamericanos, en particular mexicanos, en EE.UU. se destacan en particular los alimentos artesanales, producidos por PYMES. En términos de volumen de negocio, el mercado nostálgico y étnicos de productos mexicanos se triplicó entre 1990 y 2001, para alcanzar 3,361 millones US\$, o sea 2.9% de las importaciones totales que provienen de México. Sin embargo existen varias barreras para su desarrollo, en particular para los alimentos artesanales: la conformidad con las normas, y la organización de la cadena para poder exportar los productos. Diferentes estrategias han sido imaginadas para poder mandar, a pesar de todo, quesos artesanales a EE.UU.

2.2.5.3 El “queso migrante”: perspectivas para los quesos mexicanos en Estados Unidos

El mercado nostálgico del queso se basa en las dos modalidades descritas con anterioridad: primero las compras directas que realizan los migrantes al regresar en su región; segundo, los canales formales o informales que prolongan ese mercado hasta su lugar de residencia en EE.UU. En el caso

⁷² Ese mercado concierne “*bienes y servicios que forman parte de los hábitos de consumo, cultura y tradición de los diferentes pueblos y naciones. Los grupos que emigran al extranjero generalmente extrañan estos productos, los cuales son difíciles de obtener en los nuevos territorios donde se asientan*” (CEPAL, 2003: 4). Entonces aprecian esos productos porque les recuerdan su origen, su niñez, su identidad. Los compran cuando regresan a su región de origen, lo encargan a otras personas, o, si son disponibles, lo compran directamente donde residen. Se considera en general que ese mercado remite a una forma particular de diferenciación de los productos, y se asocia a una renta de calidad que el consumidor está dispuesto a pagar.

⁷³ Mientras que “producto nostálgico” se refiere al sentimiento del consumidor hacia un producto de su región de origen, o de la de sus papas, el calificativo de “étnico” se aplica cuando el acto de consumir es motivado por la atracción por un producto de otro ámbito cultural que él del consumidor. Por ejemplo la comida mexicana tiene adeptos entre la población “White-AngloSaxon-Protestant” de EE.UU.

particular de los quesos tradicionales, es a menudo la vía informal que se elige. Dos trabajos han ilustrado el dinamismo y la importancia de ese mercado (Guzmán, 2004; Matus, 2007).

Matus (2007) hizo un estudio de lo que ha llamado el “Narcoqueso”, enfocándose sobre personas que se dedican a pasar ilegalmente quesos mexicanos del otro lado de la frontera. Se interesó en este caso al mercado de queso tipo Oaxaca (o quesillo), producido en talleres artesanales⁷⁴ del estado de Oaxaca, y comercializado en California. Este mercado implica una serie de intermediarios, una verdadera cadena organizada, informal pero muy eficiente, que aseguran el transporte del queso de Oaxaca hasta las tiendas de Los Ángeles. Si se produce queso tipo Oaxaca en EE.UU., los mexicanos prefieren la calidad del queso mexicano, tanto por su calidad objetiva (producción artesanal, con leche cruda) como subjetiva (simboliza su identidad, su apego con su cultura). Guzmán (2004) analizó un queso tradicional de Zacatecas, el queso añejo de Zacatecas, producido en particular en los ranchos de la región de Monte Escobedo. El mercado de ese queso se basa esencialmente en la compra directa por los migrantes, sea con los queseros, o a través de intermediarios. El mercado nostálgico ha modificado en profundidad la dinámica de la cadena productiva: cambios tecnológicos (reducción del tiempo de maduración,...), económicos (elevación de los precios, nueva organización de la cadena,...), sociales (orgullo vinculado con la producción y venta de ese queso), etcétera. Participó significativamente en mantener la producción de queso añejo, y el sistema productivo relacionado. También se organizó una red para transportar el queso directamente hacia EE.UU. Pero frente a los problemas para cruzar la frontera, esa actividad se detuvo.

En efecto, la exportación de quesos artesanales y/o tradicionales, de leche cruda, se enfrenta con la reglamentación sanitaria. Ya que los quesos son ilegales en México, es imposible que crucen legalmente la frontera, siendo además lejos de cumplir con los requisitos estadounidenses⁷⁵. Desde los atentados del 11 de septiembre de 2001, se reforzaron los controles y la vigilancia en las aduanas. En el caso del queso Oaxaca, esto obligó al “narcoqueso” a encontrar nuevas rutas, y disminuir los volúmenes. En el caso del queso de Zacatecas, el “exportador” dejó su actividad por temor a las sanciones. El queso “migra” ahora a través del “comercio hormiga”, vía redes familiares, amigos, vecinos. Esta situación también despertó el interés de los productores y gobiernos locales para organizarse y exportar su queso de forma legal, tanto en Zacatecas, como en Oaxaca, o en otros

⁷⁴ Para Linck *et al.* (2006), el queso Oaxaca ha perdido casi por completo su carácter de queso tradicional, volviéndose un producto genérico, producido de la misma forma en todo el país y en su región de origen. Sin embargo, además de la producción industrial, la producción artesanal de este queso sigue muy fuerte, con diferentes calidades.

⁷⁵ El « narcoqueso » de hecho tiene además pocos escrúpulos en cuanto a la calidad, al no entender cual es el problema de encontrar un pelo de ratón en el queso (Matus, 2007)...

lugares. Mientras tanto, se puede contar con la ingeniosidad del sector informal: para evitar problemas, los productos son empacados, con etiquetas y nombres del establecimiento (que desempeña el papel de marca), para darles una imagen de formalidad. Para el quesillo se usan en las tiendas falsos justificados, o falsas etiquetas norteamericanas, se deshebra el producto, se esconde, se mezcla con el queso tipo Oaxaca producido en EE.UU., etcétera (Matus, 2007). Muchos dicen que se busque la forma de certificar el queso, pero poco se ha hecho, aparte de un intento individual del narcoqueso. Prefieren al final desarrollar otras estrategias al margen de la legalidad, que enfrentarse a la administración y su inflexibilidad.

Más allá de ese mercado, se está desarrollando un verdadero segmento de mercado en EE.UU alrededor de los quesos “hispanos” (Path J., 1991), término bastante vago que designa los tipos de quesos de origen latinoamericanos. En 1988 se estimaba el consumo de queso hispano a 29 millones de libras (unos 15 mil toneladas), con un crecimiento anual del mercado del 10%. La USDA’s National Agricultural Statistics Service (NASS)⁷⁶ empezó a considerar los “*Hispanic cheese*” como una categoría de queso, y a tomarlos en cuenta en sus estadísticas en 1996, reportando una producción de 67.4 millones de libras. El consumo y la producción de los quesos hispanos se concentran en California, por su alta población latinoamericana, pero también cada vez más en otros estados donde la comunidad hispana está creciendo. La categoría de quesos *hispanic* o hispano incluyen quesos muy diferentes (grasa, pH, sal etcétera), incluso dentro del mismo tipo comercial. Los quesos mexicanos son los que cuentan con mayor presencia en este segmento (Path J., 2001): tipo chihuahua, asadero, manchego, añejo, panela, rancharo, y los dos más corrientes: el queso tipo Cotija (llamado “*hard white*”; se trata del mismo queso tipo Cotija que se comercializa en México, poco madurado, blanco, con alto contenido de sal, y pH alrededor de 5), y el queso fresco (llamado “*soft white*”, con mucha humedad y un pH alrededor de 6). Según Archamety, (2007), se vendieron en 2006 2.3 millones de libras (unas 1,200 toneladas) de queso tipo Cotija en EE.UU, o sea 4.6% más que en 2003. El crecimiento de este segmento se frenó, y se trató ahora de conquistar el mercado de no migrantes. Pero el queso hispano con mayor volumen es el queso fresco. Siendo quesos con alta humedad, los queseros estadounidenses vieron una buena oportunidad de negocio en el queso fresco, a pesar de su limitado tiempo de conservación. En un sitio como <http://www.cheesereporter.com> y <http://www.cheesemarketnews.com>, se hacen varias referencias al “*mexican cheese*”, y se pasan anuncios de agroindustrias que buscan personal con conocimientos y experiencia en la producción de quesos mexicanos. Según la USDA-NASS, de 28 plantas de queso *Hispanic* en 1996 se incrementó a 50 en 2008; se destacan los estados California y Wisconsin, con respectivamente 12 y 18 plantas. La producción pasó de 67.4 millones de libras en 1996 a 193,2 millones de libras en 2008 (de los cuales

⁷⁶ Véase en <http://www.nass.usda.gov>

109 se producen California y 50 en Wisconsin). La producción de queso tipo “Hispanic” representaba el 2% de la producción estadounidense total en septiembre de 2009. Incluso compañías mexicanas han empezado a interesarse en el mercado estadounidense; es el caso de Sigma Alimentos, quien compró en el 2007 a la empresa estadounidense Mexican Cheese Producers Inc., para incursionar directamente en este mercado.

A nivel de las características del consumo, Clark *et al.* (2001) distinguen diferentes preferencias en cuanto al queso fresco, según el origen del consumidor: los consumidores tradicionales (en particular los latinos) prefieren los quesos con alto contenido de sal, más que los demás consumidores estadounidenses. También prefieren (especialmente migrantes de primera generación) comprar en una tienda hispana en lugar de un supermercado. Sin embargo a menudo productores y distribuidores de quesos hispanos tratan de aprovechar las preferencias “sentimentales” por esos tipos de quesos, pero con un producto que no tiene los atributos ni objetivos, ni aun subjetivos (aparte de su denominación) de un queso mexicano. Usan, deslealmente, denominaciones geográficas (retomando por ejemplo el nombre del pueblo de Cotija), o “artesanal”, para abusar el consumidor. Pero eso no funciona con consumidores conocedores del producto (Matus, 2007). Sin embargo, dadas las barreras sanitarias que limitan las importaciones de quesos⁷⁷, esa usurpación impide aprovechar el mercado actual y potencial para los productores mexicanos de quesos, y más aun cuando se trata de producciones artesanales y tradicionales.

2.2.5.4 Los quesos tradicionales mexicanos: ¿un potencial inexplorado?

En el libro de Torres y Trápaga (2001) sobre la alimentación en México, se aborda la alimentación como un elemento ordenador fundamental para analizar el desarrollo económico, a través la caracterización del patrón alimentario (conjunto de productos habitualmente consumidos), y las asimetrías entre grupos de población. Múltiples factores explican los diferentes patrones, uno de los principales siendo los ingresos, relacionado con el precio de los alimentos. En México se presenta una oferta en alimentos bastante homogénea (lo que se vincula con el movimiento de “globalización”), pero persiste una diferenciación de los patrones, por razones económicas, geográficas (según las regiones; entre ciudad y campo, etcétera; incluyendo por supuesto los factores culturales y su distribución geográfica). Sin embargo según los autores, los gustos son más bien homogéneos, con pocas particularidades regionales. Varía la cantidad y calidad del consumo en función de los ingresos y precios, pero sin cambiar la base del patrón alimentario. Pero esa situación

⁷⁷ Según un estudio de González *et al.* (2008), en 2005, México ocupó el vigésimo lugar como proveedor de quesos a EE.UU., cubriendo solamente el 0.66% del sector de las importaciones queseras formales totales.

se podría explicarse también por problemas a nivel de la cadena, desde la producción hasta la distribución, que limitan la diversificación de los padrones.

Que sea en mercados nacionales o en el mercado de la nostalgia, a pesar de un interés de los consumidores por los alimentos artesanales y tradicionales, en particular los quesos, hace falta información para el consumidor. Faltan vínculos entre los productores y los consumidores, situación de la cual aprovechan productos de calidad diferente, a menudo inferior. La revalorización de los quesos tradicionales pasa entonces por una voluntad política de diseñar esquemas de regulación adaptados a esos tipos de productos, que permita proteger y valorizarlos. A veces, la proximidad entre productor y consumidor (venta directa, lazos familiares y comunitarios fuertes) y la pequeña escala de producción⁷⁸, permite generar un flujo de información sobre el producto, su calidad (material e inmaterial), y evitar así fenómenos de selección adversa y descalificación de los productos tradicionales. En otros casos, cuando la distancia física y simbólica es grande, la denominación de origen es una opción posible. Como lo recuerdan los planteamientos del movimiento Slow Food, la calidad de un alimento y su valorización remiten a asuntos de educación y aprendizaje, de información y conocimientos, de convivialidad y comparte (Chabrol, 2004). Pasar a un régimen de mercado mediático (Allaire y Daviron, 2006) requiere una opinión pública informada, avisada, para interactuar con los actores productivos del sector agroalimentario. Así es solamente a través de un consumidor avisado que se podrán valorizar los alimentos artesanales, las cadenas agroalimentarios (con sus formas de producción específicas, de la producción primaria a la pequeña agroindustria) y territorios asociados.

Pero para crear nuevas relaciones entre productor y consumidor, como base para la valorización de los quesos tradicionales, es necesario poder contar en un marco político, institucional y administrativo adecuado. Se analizará a continuación dos elementos claves de ese marco, su potencial y sus límites: la normatividad del sector quesero; y la cuestión de las indicaciones geográficas.

⁷⁸ Como en el caso de Chipilo, según entrevistas con dos queseros de Chipilo, estado de Puebla, realizadas en abril del 2008.

2.3 Análisis del marco legal y administrativo en torno a los quesos tradicionales

Boisard y Letablier (1992, citado por Álvarez, 1994b), afirmaron que “*no hay países en el mundo donde el intercambio de leche se ubica en el ámbito mercantil. Por todos lados, está sometido a una reglamentación estricta e implica a menudo relaciones personalizadas. Esos vínculos y reglas son sin embargo indispensables*”, y deben ser analizados para entender cuales lógicas y dinámicas imprimen su movimiento al SLM. En este sentido, se destacará la manera con la cual los dispositivos normativos y cognitivos que enmarcan el sector quesero incentivan o desincentivan la producción y el consumo de quesos tradicionales. En un primer punto, se analizará la normatividad del sector lechero y quesero, y sus interacciones con la quesería informal. Después, se reflexiona sobre el estatuto de los productos tradicionales, y el potencial que ofrece el marco legal y administrativo sobre la atribución y el uso de indicación geográfica para valorizar tales tipos de productos.

2.3.1 Normalización y reglas sanitarios para la producción de quesos en México

2.3.1.1 Histórico de la normalización en el sector lechero mexicano

La expedición de normas en México se hace vía diferentes secretarías u otros organismos autorizados. Cada uno las realiza en función de su interés como institución, y de sus competencias. La ley sobre Metrología y Normalización de 1992 define los lineamientos y requisitos para la elaboración de una norma. Se distingue dos tipos de normas: las normas mexicanas (NMX), de cumplimiento voluntario, y las normas oficiales mexicanas (NOM), de observancia obligatoria (Suarez Rodríguez, 2008). Las secretarías y organismos encargados de la elaboración de normas disponen de bastante flexibilidad para definir el contenido de las mismas y la composición de los comités consultivos. En general, los comités de normas están integrados por funcionarios, representantes de grandes empresas y de las cámaras de industriales (por ejemplo la Cámara Nacional de Industriales de la Leche, CANILEC, que agrupa a las mayores AIL) y de gremios (la Confederación Nacional de Organizaciones Ganaderas, CNOG, por ejemplo), investigadores, y representantes de los consumidores (PROFECO)⁷⁹. La AIQI no está representada, y los representantes de los ganaderos son productores medianos y grandes, con fuerte poder económico y político, alejados en general de las preocupaciones de muchos pequeños productores.

⁷⁹ PROFECO es un organismo estatal. En México no es posible que un grupo de consumidores imponga demandas propias, sino que debe pasar por las autoridades, en particular PROFECO. Un proyecto de ley que contemplaba otorgar esta facultad de “acción colectiva” (según la terminología jurídica) a los grupos de consumidores se abandonó en 2009.

En el tema de la leche, las primeras regulaciones se emitieron en 1914, con reglas sobre higiene en expendios, y en 1925 se publicó la primera norma sobre pasteurización de la misma. En la conformación del marco regulatorio actual para lácteos (y quesos en particular), se pueden distinguir tres fases en el proceso de normalización:

1. Una serie de NMX sobre quesos específicos, expedidas entre 1982 y 1985. Se tratan sólo de quesos maduros o semi-maduros: tipo Patagrás, Chester, Suizo, Gruyer, Edam, Cheddar, Manchego y Chihuahua. De hecho sólo los dos últimos son producidos en gran escala, mientras que otros, como el Patagrás, casi no existen en el mercado. En estas normas se especifica que toda la leche debe ser pasteurizada, y se definen algunas de las características que deben tener los productos (organolépticas, físico-químicas, microbiológica, aditivos, etiquetado). No son muy detalladas, y su cumplimiento no tiene carácter obligatorio.
2. Entre 1993 y 1995 se dio otro período muy dinámico en cuanto a la normalización, posteriormente a la ley de Metrología y Normalización. Las normas técnicas de Salubridad General fueron cambiadas por NOM; la Secretaría de Salubridad y Asistencia (SSA; hoy Secretaría de Salud) expidió normas sobre quesos (NOM-121-SSA1-1994), quesos de suero (NOM-035-SSA1-1993), y una serie de normas sobre metodologías de análisis microbiológico y físico-químico. También la SSA publicó reglas de higiene sobre la operación de los establecimientos procesadores de alimentos (NOM-120-SSA1-1994). Si bien la SSA emitió normas sobre el control de la brucelosis en los humanos (NOM-022-SSA1-1994) y reconoció en la Ley General de Salud su compromiso con la erradicación de las zoonosis que afectan a la salud humana, es la SAGARPA la que se encarga de elaborar normas para el control y la erradicación de la tuberculosis (NOM-031-ZOO-1995) y de la brucelosis (NOM-041-ZOO-1995). Por su parte la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (hoy Secretaría de Economía) elaboró normas que rigen la información comercial y el etiquetado (NOM-051-SCFI-1994, para productos pre envasados). En 1998 se publicó el reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios que complementa la Ley General de Salud, con un apartado específico sobre leche y lácteos. En particular menciona que:

la leche que se utilice en la elaboración de quesos deberá ser pasteurizada o [subrayado por nosotros] de hatos libres de tuberculosis y brucelosis aplicando sistemas de control en el proceso que demuestren mediante análisis microbiológicos, físicoquímicos y sensoriales que es apta para consumo humano, sin perjuicio de las demás disposiciones aplicables (p.45).

En fin, en 2003, la Secretaría de Economía (SE) emitió una norma que rige la denominación, características, y etiquetado para la leche, fórmulas lácteas y productos lácteos recombinados.

3. El COFOCALEC (Consejo para el Fomento de la Calidad de la Leche y sus Derivados) se formó oficialmente en 1997, primero como organismo de verificación y certificación, y luego a partir de 2002 fungió también como organismo de normalización. Ha elaborado hasta el año 2009 30 NMX, sobre equipos (3), procesos (3), métodos de prueba (17) y productos lácteos (8). Esas normas han reemplazado a otras más antiguas, o han venido a llenar un vacío jurídico. El COFOCALEC está involucrado desde 2005 en la elaboración de normas para quesos mexicanos. Empezó con una norma sobre queso, y queso de suero, la NOM-F-713-COFOCALEC-2005. Ésta incluye datos sobre las denominaciones y clasificaciones de los quesos, así como algunas especificaciones básicas (contenido mínimo de proteína, grasa, etc.). En la actualidad tiene en proceso normas para el queso tipo Oaxaca, el Cotija artesanal madurado, el tipo Panela, y se está revisando la norma del queso tipo Chihuahua y otras. También se está trabajando sobre una norma para productos análogos al queso, con el fin de definirlos y distinguirlos.

La NOM-121-SSA1-1994 confirma lo plasmado en las NMX anteriores: los quesos son “*productos elaborados con la cuajada de leche estandarizada y pasteurizada*”. También hace referencia a otra norma, la NOM-091-SSA1-1994, que especifica los métodos para la pasteurización de la leche⁸⁰. Sólo el reglamento de control sanitario de productos y servicios de 1999 ofrece así una pequeña oportunidad legal de defender la producción de leche cruda. Puesto que, en general, la AIQI no pasteuriza la leche, y menos la estandariza, la norma implica que los quesos que produce, entre ellos los quesos tradicionales de México, no son quesos, o que son quesos “ilegales”. Ese planteamiento, muy drástico, no es tan sorprendente. Las normas están elaboradas con la participación de las AIL formales, quienes tienden a buscar que las regulaciones validen su modelo productivo y prohíban otras formas de actuar. Además, dado que esta norma ha sido realizada por la Secretaría de Salud, se limita a una visión muy reducida de lo que es la producción de quesos, de las diferentes tecnologías, y sus implicaciones dentro de los sistemas productivos y de las economías regionales. Se preocupa sólo por objetivos de salud pública, aplicando la solución que le parece *a priori* la más sencilla, que podríamos calificar de visión “higienista” o “tecnicista”: pasteurizar la leche para evitar cualquier riesgo. Sin embargo el Estado ha tolerado hasta ahora la producción de queso con leche cruda, que representa la mitad de la producción nacional de queso. El costo político de prohibir los quesos con

⁸⁰ En la norma se contemplan dos opciones para la pasteurización: a 63 °C durante 30 minutos, o a 72 °C durante 15 segundos, con un enfriamiento “brusco” a 4 °C en los dos casos. Además, se deja la opción de otras combinaciones temperatura/tiempo que sean equivalentes, con la eliminación de la fosfatasa.

leche cruda sería muy grande, afectando a pequeños ganaderos, a la AIQI y también a los consumidores, en particular a los de bajos ingresos quienes sólo pueden comprar quesos baratos producidos por la AIQI.

2.3.1.2 ¿Hacia una acentuación de las exigencias normativas?

La SSA publicó en 2008 un proyecto de NOM, denominado **PROY-NOM-243-SSA1-2005** (SSA, 2008), para reemplazar las NOM que emitió sobre leche y derivados lácteos, (incluyendo la NOM-121-SSA1-1994 sobre quesos), en concordancia con las normas del Codex Alimentarius de la FAO⁸¹. En una primera versión de ese proyecto, había desaparecido la definición del queso con producto de leche pasteurizada, sólo se mencionaba que la leche, destinada a la elaboración de lácteos, “*debe someterse a un tratamiento térmico o cualquier otro que garantice su inocuidad, independientemente del uso que se le dé posteriormente*”. Sin embargo luego se modificó el proyecto, de tal forma que el tratamiento térmico se volvió ahora obligatorio, y que además se deroga el reglamento de Control Sanitario de Productos que permitía el uso de leche cruda siempre que proviniera de hatos libres de tuberculosis y brucelosis⁸². Por otra parte, se simplifica las denominaciones de ingredientes, por ejemplo, indica con la misma palabra “leche” tanto la fluida como la de polvo (lo que tiende a desfavorecer a los productos de leche auténtica). Se establecen reglas muy estrictas sobre el registro de los datos en bitácora, y en términos de límites tolerados. En fin, este proyecto podría profundizar los problemas de la AIQI en cuanto al cumplimiento de la legalidad. Además siendo otra norma de la SSA, no llena el vacío que existe sobre una definición clara de los productos y procesos.

Este proyecto de norma se enmarca en una dinámica de revisión y reforzamiento del esquema normativo en México, el cual tiende a consolidar la visión industrial “tecnocrática”. Así, la **NOM-251-SSA1-2009, “Prácticas de higiene para el proceso de alimentos, bebidas o suplementos alimenticios”**, que trata de asuntos generales sobre el proceso de alimentos y bebidas, se refiere específicamente a la obligación de pasteurizar la leche en el caso de la leche y de sus derivados. Es de

⁸¹ Sin embargo, el Codex Alimentarius (2004) no es tan estricto como la normatividad mexicana. En su código de uso sobre en materia de higiene para leche y lácteos, reconoce la posibilidad de elaborar quesos con leche cruda, y propone una serie de medidas de prevención y control de los riesgos. Plantea la posibilidad de dos tipos de medidas sanitarias: los métodos microbicidas (como la pasteurización) y los métodos microbioestáticas. Se toma en cuenta la diferencia que existe según el tipo de producto producido (humedad, pH, sal...) en términos de manejo sanitario, y también se propone mayor flexibilidad para las pequeñas unidades lecheras, que ordeñan a mano y no enfrían la leche. Destaca que lo más importante es que exista una continuidad en las buenas prácticas de higiene, desde el animal hasta el consumidor. Así las normas internacionales podrían inspirar más flexibilidad para la elaboración de las normas mexicanas.

⁸² Casualmente, esa modificación al proyecto se hizo poco después de los debates que tuvieron lugar en el marco de la elaboración de la NMX Queso Cotija artesanal madurado; los productores y sus asesores justificaban de hecho el uso de leche crudo en base al reglamento de Control Sanitario de Productos, que el proyecto de NOM previo derogar...

hecho la única característica específica que se menciona para esos productos. La pasteurización ocupa entonces un lugar central en la normatividad del sector lácteo. A tal punto que el proyecto de norma PROY-NOM-181-SCFI-2010 para el yogurt, la leche se define como *“Es el producto obtenido de la secreción de las glándulas mamarias de las vacas, sin calostro, el cual debe ser sometido a tratamientos térmicos u otros procesos que garanticen la inocuidad del producto; además puede someterse a otras operaciones tales como clarificación, homogeneización, estandarización u otras, siempre y cuando no contaminen al producto”*. De hecho, los grandes industriales, a través de CANILEC, quieren que esa definición de la leche sea utilizada ahora en las diferentes normas (por ejemplo en el marco del proyecto para la norma de queso panela). Con las definiciones empleadas en las normas, la leche deja de ser un producto natural, es ahora únicamente una materia prima industrial.

2.3.1.3 Para un análisis crítico del esquema normativo del SLM

El esquema normativo tiene un papel destacado para explicar y entender la heterogeneidad del SLM, y en particular en la dualidad entre sector formal e informal. En efecto es a través de las leyes y normas que se han excluido de la legalidad gran parte de las AIL, marginalizando con ellos los otros eslabones con los cuales trabajan (ganaderos, comerciantes, etcétera). Más allá de lo técnico o científico, la normalización es un asunto meramente político y subjetivo. Si la Ley de Metrología y Normalización prevea que *“cuando la norma pudiera tener un amplio impacto en la economía o un efecto sustancial sobre un sector específico, la manifestación deberá incluir un análisis en términos monetarios del valor presente de los costos y beneficios potenciales del anteproyecto y de las alternativas consideradas, así como una comparación con las normas internacionales”*; se supone que cada proyecto debe ser revisado y evaluado por una comisión, la COFEMER (Comisión Federal de Mejora Regulatoria). Pero en los hechos no se presta la atención y no se realizan los estudios necesarios, por ejemplo, cuando se definió el queso a partir de la pasteurización, a pesar del desfase con la realidad de miles de productores de queso⁸³.

A nivel de la normatividad sanitaria, el **comité consultivo nacional de normalización de regulación y fomento sanitario** revisa y elabora las NOM, y emite avisos sobre las NMX. Este comité fue por ejemplo al origen del proyecto de la NOM-243-SSA1-2005. No existen datos disponibles sobre la composición de este comité y su programa de trabajo y avances. Sin embargo si se analiza a la lista de los participantes en la elaboración de la NOM-121-SSA1-1994, u de otras NOM, se tratan de las dependencias (SSA, SAGARPA, SE principalmente), de algunos académicos (en general de la

⁸³ Además, COFEMER concentra sus estudios de impactos solamente en el eslabón de los fabricantes, dejando de lado el resto de la cadena (productores de materia prima, consumidores, distribuidores,...) y las dinámicas verticales que la caracteriza.

UNAM y del IPN) y de representantes de las Cámaras de Industrias (CANILEC), de la Confederación Nacional de Organizaciones Ganaderas (CNOG) y de grandes empresas del sector. Gran parte del SLM está totalmente al margen del sistema de normalización, y por lo tanto, sus opciones tecnológicas, sus sistemas productivos no se toman en cuenta. Entonces la obligatoriedad del consenso para la aprobación de una norma no está implicando democracia, ya que se trata de un consenso sesgado que excluye a una parte de los actores de las negociaciones. Por otro lado, es muy difícil conocer todos los proyectos de norma que se están dando, y aún más complicado es influir sobre estos procesos para un pequeño quesero o ganadero no organizado. De esta manera, “(...) *en la mayoría de los casos, la definición de los estándares es ajena a la opinión y decisión del ganadero*” (Chombo, 1998, p.163), pero también de otros actores como la AIQI.

La dispersión de las competencias de normalización entre diferentes organismos y secretarías impide que se aplique una visión global y sistémica en las cuestiones de normalización. Cada dependencia se limita a sus objetivos y visiones. Por ejemplo no hay coordinación entre SAGARPA y SSA sobre la cuestión de la brucelosis y tuberculosis, y cada secretaría actúa de manera aislada. A pesar de las ambiciones de las NOM-041-ZOO-1995 y NOM-031-ZOO-1995, en la realidad el gobierno no se ha dado los medios para lograr el control de las zoonosis bovinas⁸⁴. Se priorizó la atención a la tuberculosis, por sus implicaciones en las exportaciones de ganado de pie (principalmente becerros al destete) hacia EE.UU.

En el estado de Chiapas, no se pudo seguir con el programa de brucelosis por falta de fondos en el 2008. Si la campaña de brucelosis se lleva en general conjuntamente con la tuberculosis, no hay sistematización de la campaña contra brucelosis y de sus avances. Al contrario, la modificación de la norma que se dio en 1995 redujo el nivel de exigencias, al suspender la obligación de presentar una constancia de prueba para animales que se mandan al sacrificio. Si faltan cifras oficiales disponibles, parecería también que los diferentes sistemas de producción no son iguales frente al riesgo de tuberculosis y brucelosis. Así, la mayor prevalencia se da en sistemas donde los animales son estabulados. Al contrario, en los sistemas tropicales, la prevalencia es menor. Al igual los datos proporcionados por el CFPP de Chiapas o los datos de las pruebas realizadas en la Sierra de Jalmich muestran una muy baja incidencia de brucelosis y tuberculosis en la zona tropical, en el sistema de doble propósito.

⁸⁴ La información mencionada aquí se basa en entrevistas realizadas con funcionarios del CFPP de Chiapas (Comité para el Fomento de la Protección Pecuaria) y de diversas dependencias implicadas en la ganadería, así como con ganaderos en diferentes partes de México. También se usó la información disponible en el sitio internet de la Confederación Nacional de Organizaciones Ganaderas (CNOG), www.cnog.com.mx.

En un contexto normativo que penaliza gran parte de los actores del SLM, el trabajo realizado por COFOCALEC ofrece nuevas oportunidades, constituyendo un foro abierto y accesible de normalización. En algunos aspectos está muy vinculado con el modelo Holstein⁸⁵, no obstante, también contempla la diversidad de situaciones, incluyendo en sus trabajos a los quesos tradicionales y procesos como el ordeño manual, (véase la NMX-F-730-COFOCALEC-2008 sobre prácticas de higiene), y con una visión multidimensional de la calidad (véase en el sitio internet de LACTODATA, manejado por el COFOCALEC) (Madrigal, 1999), más allá de la visión “higienista”. Hay que precisar que el ámbito de COFOCALEC está acotado, ya que sólo puede emitir normas tipo NMX, cuya aplicación no es obligatoria. La SSA ni siquiera la consultó en el proceso de elaboración del proyecto de norma para lácteos NOM-243-SSA1-2005, para el cual trabajó en colaboración con la CANILEC (Cámara Nacional de las Industrias de Leche, que agrupa a las mayores AIL del país). De hecho CANILEC no parece apreciar la postura independiente de COFOCALEC (independencia por lo menos frente a los intereses de CANILEC) y se ha quejado con el gobierno de los trabajos de normalización realizados por este organismo⁸⁶.

2.3.1.4 La agroindustria quesera informal frente a la administración sanitaria y al manejo del riesgo sanitario

El principal interlocutor de las agroindustrias a nivel del marco regulatorio es la **COFEPRIS** (Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios), y sus representantes regionales. COFEPRIS surgió en el 2001 como organismo administrativo desconcentrado de la Secretaría de Salud a cargo de la regulación, control y fomento sanitario. Su ámbito de competencia es bastante amplio e incluye medicamentos y equipos para la salud, sustancias tóxicas o peligrosas (pesticidas, químicos, etc.), productos y servicios (alimentos, bebidas, tabaco, perfumes, etc.), salud en el trabajo, saneamiento básico (mercados, rastros, etc.), riesgos ambientales (aire, agua y suelo). La COFEPRIS está conformada por varias unidades administrativas y comisiones. A nivel de la quesería, su papel integra diferentes funciones y formas de interactuar con el sector:

- COFEPRIS integra el comité consultivo nacional de normalización de regulación y fomento sanitario.
- Dos programas de COFEPRIS conciernen al sector quesero: el programa de alimentos potencialmente peligrosos (que incluye productos lácteos), que se enfoca en particular a Salmonella y *Staphylococcus aureus*, y el programa de zoonosis, que se enfoca en el caso de

⁸⁵ Muchas normas establecidas sólo son aplicables y verificables por unidades de producción de tipo empresarial, como las marcas de conformidad que impone la NOM-155-SCFI-2003, la marca México Calidad Suprema y su pliego de condiciones PC-031-2005, o la NMX-F-700-COFOCALEC-2004 sobre leche cruda.

⁸⁶ Información proveniente de una reunión que se dio en la CNOG sobre el esquema normativo en el SLM.

los quesos, a la brucelosis. Cada uno de esos programas se vincula a acciones regulatorias y no regulatorias:

- COFEPRIS, a través de sus entidades estatales, se encarga de recibir los avisos de funcionamiento de las queserías y expendios de quesos, asimismo de su inspección: muestreo en mercados, verificación de queserías, control de etiquetado. Los inspectores no se especializan por tipo de productos sino que se encargan de toda clase de inspecciones. En caso de no cumplir con los requisitos legales, se aplican sanciones tales como multas o clausura del negocio.
- Las medidas no regulatorias abarcan la capacitación, el fomento y la vigilancia sanitaria. COFEPRIS promueve la pasteurización de la leche, que constituye la acción principal del programa de zoonosis. También establece estadísticas sobre la incidencia de la brucelosis en humanos (aunque sea muy difícil, debido a que es un diagnóstico poco frecuente).

Según el programa de acción de COFEPRIS, se debe desarrollar un sistema de información integral para la protección contra riesgos sanitarios. Sin embargo no se pudo localizar esta información y al solicitarla directamente en las oficinas estatales resultó que todavía no existía una sistematización de la información recolectada y manejada por COFEPRIS. Se maneja una información bastante general sobre la contaminación de los alimentos, por grupos de alimento. No están disponibles los indicadores sobre muestras contaminadas por tipo de producto (y mucho menos por tipo de queso y región) y de contaminantes, e incidencia de las diferentes enfermedades y su origen potencial. Tampoco se aplica una metodología de muestreo que garantice la validez y representatividad de los datos. Por lo tanto no existen datos contundentes sobre los cuales basar la política de regulación de las queserías.

En un trabajo de la Secretaría de Salud de Tabasco (Borbolla-Sala *et al.*, 2004), se realiza un análisis más sistemático de la información a raíz de las pruebas recolectadas. Este artículo señala que el problema de inocuidad no sólo concierne a los quesos, sino que se trata de un problema general a toda clase de alimentos. Sin embargo, los quesos destacan por ser los más representados en la contaminación por levaduras y hongos (que a menudo no son patógenas; los quesos de leche cruda tiende a tener un alto contenido de levaduras), y en menor medida por coliformes totales (el problema más recurrente entre los alimentos) y *Staphylococcus aureus*. Lamentablemente no existen datos y análisis sobre el nivel de contaminación por tipo de alimento, por regiones y por tipo de contaminantes; en consecuencia, no se pueden ofrecer conclusiones específicas para los quesos.

Las diferentes cifras, tanto a nivel estatal como nacional, muestran que los productos lácteos son el tipo de alimento con mayor frecuencia de muestras fuera de especificación (41% a nivel nacional),

seguido por los alimentos preparados (32%) y productos cárnicos, pesqueros y agua/hielo (15-18%) (Díaz, 2008). Pero a nivel de las medidas de seguridad aplicadas, los productos lácteos representan una pequeña proporción de las destrucciones (20% del total) y de las suspensiones (8%). Eso se debe a la baja proporción de unidades de producción o distribución de lácteos verificadas en cuanto al total de verificación (7%, frente a 53% para alimentos preparados). Díaz (2008) planteó como mayor problema no a los lácteos en general, sino específicamente a los quesos frescos.

A nivel de la producción de leche, la calidad microbiológica no depende tanto del tamaño del hato, ni aun del uso o no de equipos de enfriamiento, sino más bien del destino de la leche, y de las exigencias y controles impuestos (Chombo, 1998). Al contrario de lo que se piensa (innovación tecnología y sistemas intensivos = mayor calidad), en la zona estudiada por Chombo (los Altos de Jalisco y la región de Cotija-San José de Gracia), los mejores resultados en términos de células somáticas provienen de los hatos más pequeños, con ordeña manual, y la prueba con reductasa muestra que la calidad es similar entre los diferentes tipos de ganaderos. Así, la calidad no debe ser reducida a una cuestión de escala y de tecnología; es también una cuestión de cuidado, verificación, y aplicación por parte de los productores de leche y queso.

No obstante, sin negar la importancia del problema de inocuidad en la AIQI, no se puede, por falta de datos contundentes, identificar los puntos críticos del problema (fuentes de contaminación, tipos de contaminantes, tipos de quesos) y por lo tanto parece difícil proponer soluciones adecuadas sin conocer el problema. Por ejemplo, un estudio ha mostrado que aun con leche pasteurizada y con un proceso bien controlado, es difícil suprimir totalmente el desarrollo de coliformes en el queso, llegando a niveles de hasta 4.5 log UFC/g (Path, 1991), para el caso del queso fresco estilo "hispano" (parecido al queso panela). Por otra parte, tampoco se tienen datos sobre los diferentes brotes de enfermedades vinculados con alimentos contaminados (entre ellos el queso) y su origen. Entonces, a pesar de la voluntad plasmada en los programas de acción de COFEPRIS y diversos reportes, no es posible un análisis del problema. El debate pasa entonces del nivel científico al político: la definición del marco regulatorio (es decir la definición de lo que se debe y puede hacer) depende de la capacidad de diferentes grupos de interés para imponer su visión (que además está en función de sus propios intereses). Es en este contexto general que se enmarcan las relaciones particulares de cada quesero con la administración sanitaria.

Cada quesería debe realizar un aviso de funcionamiento a la COFEPRIS, la cual se encarga luego de hacer inspecciones y controles sobre el respecto de las normas sanitarias⁸⁷ a nivel de las queserías y de los distribuidores (mercados públicos, tianguis, supermercados, etcétera). Parte de los responsables de AIQI, a pesar de su informalidad, realizan su aviso de funcionamiento; de toda manera la COFEPRIS está al pendiente de los nuevos talleres queseros para controlarlos (aunque los más pequeños logran a menudo escapar a su vigilancia). Por su gran difusión, la elaboración de quesos con leche cruda no es en general sancionada por COFEPRIS, que la tolera, especialmente para los pequeños y medianos talleres, y para la producción destinada al mercado local/regional (pero también a veces lo tolera para talleres más importantes). Sin embargo, entrevistas con queseros informales en todo el país muestran que existe mucho desconocimiento sobre lo que se puede y se debe hacer, lo que da lugar a ciertos mal entendidos e facilita los fenómenos de extorsión y corrupción. Por otro lado, existe también un amplio desconocimiento por parte de las autoridades sanitarias sobre la realidad técnica, social y económica sobre la producción artesanal de quesos.

El Estado tolera todavía la existencia de la AIQI, al margen de la legalidad⁸⁸. Sin embargo esa tolerancia no significa seguridad y estabilidad. Todo depende de decisiones políticas; si la situación actual del país hace que el gobierno no pueda aplicar la normatividad, los actores deberían anticipar sus posiciones futuras, frente al riesgo de que esa tolerancia disminuya y que la normatividad se erija como una verdadera barrera de entrada. La SSA ha tratado de hecho fomentar campañas publicitarias (vía su sitio internet) para desincentivar la compra de quesos de la AIQI y se muestra cada más exigente con los queseros. Entonces la AIQI tiene dos opciones: o proponer el reconocimiento de otras formas de manejo de la calidad sanitaria, alternativa a la pasteurización; o adoptar la pasteurización, lo que implicara una modificación profunda de la AIQI y del resto de la cadena, e impactaría en la calidad organoléptica de los quesos.

Pero tampoco se debe caer en una visión idealista, que consistiría en analizar la AIQI como una “víctima”. La situación es a veces muy ambigua: algunos queseros aprovechan ese desfase entre normatividad y realidad, y la tolerancia del Estado, para adulterar los productos, sin preocuparse de respetar un mínimo de reglas sanitarias básicas; y luego se amparan de la bandera de lo artesanal y tradicional para defenderse frente a COFEPRIS. Así, la rigidez y desfase del marco normativo favorece posiciones extremas, y sanciona los esfuerzos de los queseros más comprometidos con la higiene, que ven sus costos elevados por la compra de equipos y materiales adecuados, etcétera. Al contrario,

⁸⁷ No se preocupa por la adulteración de los productos u otros aspectos. De hecho no hay otro control que los que realiza COFEPRIS. Sus controles incluyen sin embargo el etiquetado, verificando (supuestamente) que cada producto se venda con etiqueta (con su composición, y otras informaciones).

⁸⁸ De la misma forma que tolera la adulteración de productos y otros engaños que se realizan dentro de la AIL...

una normatividad más adecuada podría llevar a más coherencia en la AIQI, y lograr un consenso entre los diferentes intereses de los actores, y hacer posible un control más aplicado y regular, que no sea basado simplemente en la voluntad y tolerancia de los funcionarios de COFEPRIS, encargados de hacer respetar de normas inaplicables en el contexto actual. Parece necesario un procesos de hibridación institucional, que busca adecuar el sector informal y el marco regulatorio, para favorecer su integración progresiva, reconociendo algunas de sus especificidades, en particular en cuanto a la producción de quesos tradicionales y artesanales. Es un reto muy complejo, ya que a menudo las políticas contempladas para el sector informal se han limitado en tratar de aplicarlos un modelo formal, y hacerlos desaparecer o entrar en la formalidad. En ese sentido, los procesos de calificación territorial de los quesos tradicionales pueden ser una alternativa para lograr ese reto, vía innovaciones técnicas, pero sobre todo organizacionales e institucionales que permitan el reconocimiento de la diversidad de los modelos de producción.

De hecho, desde varias décadas, el modelo Holstein se impuso como referencia casi única, tanto a nivel tecnológico como económico. Ese cambio tecnológico no es ni neutral, ni “natural”, sino que se explica por un conjunto de factores, en la frontera entre lo económico, lo social, lo político y lo cultural.

2.3.1.5 Trayectoria tecnológica del sistema lácteo mexicano

Vatin (1996) se interesó a las dinámicas del sector lácteo a partir de un análisis que definió como una “sociología técnico-económica”, abarcando varios enfoques: histórico, político, tecnológico, económico, social, cultural. Destacó en particular la importancia del producto leche, de su materialidad (lo que ilustra la última frase de su libro: *“la leche imponía su razón propia; fue probablemente el único actor racional de nuestro relato”*), al punto nodal entre naturaleza y sociedad. Insistió entonces sobre consideraciones técnicas vinculadas a la problemática de la conservación de la leche; así las innovaciones técnicas de conservación (pasteurización estándar o UHT) y de transporte cambiaron la organización espacial de la producción, conduciendo a una “revolución lechera” y la difusión del modelo de “fluidez industrial” en el sector lácteo. También se vincularon con cambios en diferentes campos: mentalidades, disponibilidad de saber-hacer para la producción, división social del trabajo, etcétera.

Del Valle (2000) se interesó a la cuestión de la innovación tecnológica en el sistema lácteo mexicano. Se apoyó para eso en una visión dinámica del cambio tecnológico, visto como un proceso endógeno, incremental y continuo⁸⁹. Retomó en particular los conceptos de la economía

⁸⁹ El cambio tecnológico introduce cambios de rutinas, de reglas en las organizaciones.

evolucionista: la “trayectoria natural”, de Nelson y Winter, y el “paradigma tecnológico” de Dosi. En el caso del sistema lácteo mexicano, como de hecho a nivel mundial, el principal cambio tecnológico, o conjunto de cambios (calificado de “paquete tecnológico”), se articuló alrededor de la problemática de la conservación, para pasar de un modelo de producción y consumo familiar o local a un modelo internacional (por ejemplo con la leche en polvo). Diversas innovaciones se introdujeron, en relación con diferentes ámbitos: mecánica, química, biología, informática, y ahora biotecnología. Se generó así un modelo productivo coherente (porque regido por los mismos principios y finalidades) entre la organización de la producción de leche (bajo el modelo Holstein), la organización industrial de la transformación, la comercialización, y los patrones de consumo.

El cambio en el paquete tecnológico requirió el apoyo de un conjunto de ingenieros (y de los centros universitarios encargados de formarlos), gerentes de unidades agropecuarias y agroindustrias, funcionarios y políticos (a través de las políticas ganaderas, agroindustriales, y de las normas emitidas). Eso llevó así a la formación de una especie de sentido común en la esfera productiva, aceptado por todos, donde se formó una visión estándar de la cuestión de la calidad de la leche y de los lácteos. La innovación tecnológica en el SLM fue así inducida (Ellis, 1993) por las acciones de la AI y las políticas públicas, y el paquete tecnológico adquirió así características paradigmáticas, y un estatuto casi incontestable⁹⁰. La calidad “a la transnacional” (Rodríguez y Chombo, 2008) se convirtió en la referencia única, el modelo a seguir.

Este modelo tecnológico respondía a dos objetivos principales, que motivaron e incentivaron su difusión: responder a demandas sociales de consumo de masa, y permitir la acumulación de capital por parte de las AI. Se consideró que sus efectos “colaterales” (marginalización de una parte de los productores,...) eran aceptables, en la medida que era la vía hacia el progreso. Su difusión reforzó a ciertos tipos de actores (grandes productores de leche y sobre todo grandes agroindustrias; vendedores de equipos y tecnologías, principalmente extranjeros) y perjudicó a otros (pequeños productores de leche y lácteos). De un lado permitió una mayor integración de la cadena (con una mayor articulación entre ganaderos y AI por ejemplo), y al mismo tiempo favoreció su desintegración (con el uso de sustitutos a la leche nacional, como leche en polvo, caseinatos, etcétera). En fin, el cambio tecnológico condujo a un *“proceso de integración hacia la economía global de manera desigual y subordinada”* (Del Valle, 2000: 360).

⁹⁰ El entusiasmo compartido por el gobierno y muchos científicos para las biotecnologías es instructivo (Foyer, 2006). A pesar de todos los esfuerzos, no se ha llegado en México a la producción de ninguna tecnología patentada y utilizada. Solo se implementaron biotecnologías extranjeras. Paralelamente, se marginalizaron las tecnologías tradicionales, ampliando el abismo entre necesidades locales y el modelo de desarrollo promovido oficialmente (Martínez S., 2003).

Del Valle (2002) denunció el desfase de ese cambio tecnológico con la realidad de la mayoría de los actores del SLM a quien se impuso. Más que un problema de capacidad tecnológica endógena, vio ese problema desde una postura política: *“El problema crucial tal vez no resida en la insuficiente capacidad científica y tecnológica, sino más bien en las trabas sociopolítico-institucionales para diseñar y llevar a la práctica una política de acumulación y creatividad tecnológica integral y autónoma”* (Del Valle, 2002: 358; citando a Katz y Bercovich). No se ha consolidado un sistema que permita la reproducción interna, la asimilación creativa, el aprendizaje en el SLM, vinculando los diferentes elementos del sistema. México se convirtió en un país especializado en bienes lácteos estandarizados, pero cuyos estándares son importados, y se integran más a la realidad global que nacional y local. *“La difusión de tecnologías permite una mayor articulación entre los procesos productivos de los países que generan la tecnología y los que la reciben en transferencia”* (ibid: 193), y la integración económica, tecnológica e incluso cultural se vuelve una forma de dominar. Muchos subsectores, entre ellos el de los quesos artesanales y tradicionales, se quedaron al margen de la dinámica, como residuo, y no fueron objetos de una política específica. Es un fenómeno incremental: en una estructura desigual, se tienden a reproducir y reforzar las desigualdades (Bourdieu, 2005), y es difícil promover otra visión, otra alternativa. La dependencia tecnológica expresa y refuerza la dependencia económica. Frena la emergencia de alternativas propias, de una “capacidad tecnológica endógena”. Existen medios, como lo son los institutos, universidades y otros centros de investigación nacionales, pero les han faltado recursos, estrategias, capital humano, vinculación con el sector productivo, e incentivos.

Al revés, la quesería artesanal no adoptó ese paquete tecnológico, manteniendo al margen a la “periferia” del SLM (en el sentido de Linck, 2001). El corazón del SLM, formado por los grandes ganaderos y las principales AIL (concentrados en algunas cuencas), los importadores y las grandes cadenas de distribución, controlan los principales recursos (en particular los dispositivos comerciales y políticos) que les permiten dominar el SLM y subordinar los demás actores a su lógica: manejo y control de las redes de distribución, influencia política (elaboración de políticas de apoyo, políticas comerciales, y de normas), formas de integración vertical, comunicación (en particular vía comerciales en la televisión), etcétera. Existen entre ellos cierta competencia, ciertas luchas, pero forman sin embargo un conjunto suficientemente homogéneo para asegurar su estabilidad. Los pequeños productores, la AIQI, y otros actores periféricos constituyen una especie de periferia⁹¹, que permite estabilizar el sistema, al proveer la leche cuando hace falta, cuando los precios internacionales son demasiado altos, y al proporcionar los productos para los mercados menos

⁹¹ Una periferia que es ella-misma subdividida en varios estratos, según el nivel de marginalidad y el acceso a ciertos recursos, en particular comerciales.

rentables. Se quedaron al margen del diseño de las políticas de apoyo y de regulación, que por lo tanto profundizaron su marginalización económica, social, técnica y política⁹². No tienen interés en invertir, ya que están en una situación de incertidumbre en cuanto al acceso al mercado, y que captan una pequeña parte del valor agregado. En fin, esa situación favorece las estrategias basadas en la cantidad, las economías de escala y los bajos costos, y desincentiva la diferenciación y la segmentación del mercado.

Cervantes *et al.* (2008) caracterizaron la quesería artesanal a partir del bajo uso de tecnología e insumos. Lo explicaron por ser el quesero artesanal “*poco sensible a innovaciones*”. Sin embargo, esa situación debe ser matizada. Los queseros y ganaderos que no adoptaron completamente el paquete tecnológico “moderno”, tienen su lógica propia, y no son insensibles a las innovaciones. Por ejemplo es común ver en queserías artesanales el uso de equipos de acero inoxidable, de molinos eléctricos, o el empleo más o menos regular de leche en polvo, grasa, y otros aditivos. De la misma manera, los pequeños ganaderos adoptaron diferencias innovaciones tecnológicas (razas, inseminación artificial, etcétera), en función de sus necesidades, posibilidades y estrategias. Así hay que tener cuidado en no preconcebir categorías radicales, oponiendo los supuestos modernos y los supuestos tradicionalistas. Los pequeños productores no son por definición los menos racionales.

Es lo que mostró Vatin (1996) al estudiar el cambio tecnológico en la cadena lechera, y su difusión. La noción de “mentalidad” es bastante incierta y superficial para abordar la cuestión de la adopción de tecnologías. La racionalidad de los diferentes actores no puede plantearse a partir de categorías pre-establecidas e impermeables. Por ejemplo, Vatin (1996) partió de tres lógicas, tres “razones mercantiles”⁹³: doméstica (basada sobre rutinas), industrial y mercantil; a priori, se asocia cada una con, respectivamente: los productores primarios y artesanales/tradicionales, los ingenieros y gerentes de agroindustria “moderna”, y los intermediarios y oportunistas. Pero el autor mostró que esas categorías no daban cuenta de una realidad mucho más compleja. A raíz de ejemplos en Francia y Senegal, analizó como se combinaban las “razones de la leche” (por sus características materiales) con las razones de los actores, y rechazó la dicotomía tradicional/moderno, inoperante para caracterizar los actores. En efecto, elaboran sus decisiones a partir de un conjunto de motivaciones, de lógicas. Este planteamiento tiene similitudes con el de Boltanski y Thévenot (1991) quienes se niegan en encerrar a un actor en una forma de lógica particular; por naturaleza, cada uno es

⁹² Los pequeños ganaderos son escasamente o a menudo mal representados en los gremios profesionales, que sea la CNOG, la ANGLAC u otras organizaciones. Los pequeños agroindustriales no tienen representación, ya que no participan en los gremios oficiales, la CANILEC y la CANACINTRA, o muy marginalmente. De esta forma, no están representado en los foros de discusión gremiales y públicos.

⁹³ Deja de lado el aspecto emocional, que podría asociar por ejemplo al vínculo sentimental entre un productor o un consumidor y un producto tradicional.

susceptible de movilizar diferentes tipos de lógica en los regímenes de acción en el cual está implicado. Por ejemplo, la resistencia de los campesinos al cambio se puede explicar por la racionalidad propia de sus sistemas de producción, y su rentabilidad global (no solamente vista a través del filtro de las normas económicas y de contabilidad dominantes), no solo por ser una cuestión cultural, de resistencia al progreso casi ontológica del campesinado. Al contrario, lo que Weber llama la “racionalidad en valor” (postura normativa de lo que debe ser racional, y que en ese sentido se opone a una racionalidad instrumental económica), está a veces fuerte entre los “modernos”, quien buscan imponer sus razones bajo el pretexto que encajan en cierta doctrina del progreso; se basan así en una lógica abstracta, desvinculada de la realidad.

A fin de cuentas, si parece válido analizar la situación del SLM bajo el ángulo de la dualidad, de la heterogeneidad, y de cierta oposición entre modelos de producción y consumo, en particular para el subsector quesero, se debe tener cuidado en no caer en la trampa metodológica y analítica “maniquea”. No hay que idealizar las cosas, en un sentido o en el otro; además la palabra misma de tecnología no sólo se reserva para tecnologías modernas, sino que también las prácticas artesanales se basan en una tecnología. Los actores adoptan tal tecnología, respetan o no tal norma, porque las consideran a través de diferentes “razones” o racionalidades.

Para romper con esta visión dual, es necesario ir a contra-corriente. Retomando el tríptico de Hirschman (1970), un productor de quesos tradicionales tiene 3 opciones frente a la situación:

- La lealtad, es decir seguir las normas oficiales, y también los patrones de producción vigentes, que no son compatibles con una producción tradicional;
- La salida, es decir la informalidad, que le permite evitar la confrontación con la regulación oficial, pero también limita las posibilidades de valorización de la calidad. Elegir la salida depende también del costo de esta, que puede variar en el tiempo (por ejemplo si se endurece el control sobre las queserías);
- La toma de palabra, tratando de modificar las normas, y/o de hacer reconocer su modelo productivo, vía por ejemplo un sello tipo IG. Esa toma de palabra puede ser reforzada por una alianza con el consumidor, cuya posición en cuanto al mercado de quesos (lealtad, salida o palabra) hará viable las opciones tomadas por los productores.

La calificación de los productos (en particular los quesos, en lo que nos interesa aquí) es una opción posible, destacando su carácter artesanal y/o tradicional. Algunos queseros individuales han logrado entrar en esa vía de manera aislada, gracias a su capacidad empresarial. Sin embargo es una tarea compleja, especialmente cuando se trata de pequeñas AIR, ubicadas en regiones marginales

del país. Además, los quesos tradicionales tienen una dimensión colectiva fuerte: incorporan saber-hacer, condiciones pedo-climáticas, etc. que son el reflejo del patrimonio cultural y natural de una región. Entonces parece más adecuado, y más factible pensar la calificación territorial de los quesos tradicionales como un proceso colectivo, implicando el conjunto de actores involucrados en el sistema productivo local, que se cumple con la obtención y valorización de un signo distintivo, en particular una DO o una MC tipo IG.

Las cuestiones tecnológicas y sanitarias no son el único tema del esquema regulatorio del mercado mexicano que importa para el mantenimiento y la valorización de los quesos tradicionales mexicanos. La creación de nichos de mercados, y la promoción a través de ellos sistemas productivos alternativos a la producción y consumo de masa, requiere una calificación de esos productos, que depende en parte de los modos de regulación presentes en el mercado. Para los productos tradicionales (tal como los definimos), existen en particular en México la Denominación de Origen, que confiere cierta protección a los productores tradicionales locales que benefician de esta figura jurídica, y la Marca Colectiva, que ha sido promovido por el gobierno como un instrumento de valorización de las indicaciones geográficas.

2.3.2 Políticas e instrumentos para la protección y valorización de los quesos tradicionales. Las indicaciones geográficas en México

Los productores de quesos tradicionales pueden pretender a diferentes tipos de apoyos. De un lado se tratan de apoyos directos, como los programas destinados a las microempresas y a los artesanos. Sin embargo, esos apoyos son muy escasos, y difícilmente alcanzable. La otra opción es solicitar la protección de su producción por una indicación geográfica, reconocida por el Estado, y que les permita asentar una dinámica de valorización colectiva de sus productos, y ofreciéndolos cierto reconocimiento comercial, social y político. El Estado mexicano les propone dos alternativas en ese sentido, la denominación de origen y la marca colectiva.

2.3.2.1 Políticas de apoyo a las microempresas y al sector artesanal

La Ley Federal para el fomento de la microindustria y la actividad artesanal (1988) se enfoca supuestamente a regular y apoyar el desarrollo de la microindustria y la actividad artesanal. Esta ley concierne teóricamente a la mayor parte de las AIQI, y pretende incentivar a las microempresas, en particulares artesanal, a través de varios apoyos:

- Simplificación de trámites;
- Organización de las microindustrias;

- Elaboración de políticas públicas, en particular en el ámbito del marco regulatorio (leyes, normas, requisitos, trámites), en adecuación con la situación de las microindustrias; creación de una comisión Intersecretarial para el Fomento de la Microindustria;
- Apoyos financieros, estímulos fiscales, capacitaciones, acceso a insumos y tecnología, comercialización y ferias;

A cambio, el Estado trata con esas medidas penetrar en el sector artesanal, ampliamente informal, a través de la creación de un padrón (y por lo tanto el registro de toda una serie de informaciones) y la orientación de las microindustrias hacia tal o tal tipo de estrategias. Además los apoyos serán accesibles sólo si las empresas cumplen con los requisitos legales (Hacienda, Salubridad, etcétera). Así se trata típicamente de un esquema que busca la formalización de actividades informales, la implementación de tecnologías “modernas”. En este sentido, no busca tanto responder realmente a las necesidades de las AIQI. Por ejemplo no se ha visto algún esfuerzo que permita la adecuación entre la realidad de esas microempresas, y el marco regulatorio; al contrario el cabildeo de las grandes empresas sigue dominando. Además, Del Valle (2007) reportó, en cuanto al sistema nacional de innovación en el sector quesero, que los gastos en investigación y desarrollo fueron nulos para la microindustria, y creciente según el tamaño y el nivel de capitalización.

Otra política pública destinada al desempeño de las micro y pequeñas empresas han sido el apoyo a la capitalización vía varias formas de financiamiento (Nieto T., 2006). Se destacaron en particular cuatro programas:

- El PRONAFIM, que otorga microcréditos de hasta 30,000 pesos (plazo 12 meses) a grupos solidarios, con tasa de interés del 3 al 5%;
- El FOMMUR, que enfoca la atribución de microcréditos de hasta 7,500 pesos (plazo 12 meses) a mujeres, con tasa de interés del 3 al 5%;
- El FONAES, que proporciona créditos de hasta un millón de pesos con tasa 0 a proyectos productivos que se dan en zonas rurales y pobres (de zonas de alta y muy alta marginación en particular, según la clasificación oficial);
- El fondo de desarrollo económico de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), quien proporciona créditos de hasta 5 millones de pesos, al 10% anual.

Además, las MIPYMES pueden pretender a créditos en el banco comercial, con garantía del Estado. Sin embargo, el acceso a esos créditos sigue bastante difícil, por condiciones de acceso (tener una figura jurídica oficial, llenar una contabilidad, realizar un plan de negocio, aportar garantías), y por las elevadas tasas de interés (frente a una rentabilidad no tan elevada, en particular en el sector agropecuario y agroindustrial). Por lo tanto, muchas MIPYMES sólo pueden contar con

financiamiento propio (o familiar, amigos,...) o público. Así, FONAES ha sido solicitado por muchas asociaciones de productores agropecuarios). Sin embargo, deben pasar por un consultor, quien hace el vínculo a menudo difícil entre productores que desconocen las posibilidades de apoyos y menos los procedimientos y trámites a realizar, y entidades públicas que desconocen la realidad del sector productivo (sobre todo de las empresas informales). A fin de cuentas, los apoyos son limitados, y poco accesibles. Pero los productores que se dedican a productos artesanales tradicionales pueden tratar conseguir un apoyo indirecto, con el reconocimiento y la protección de una Indicación Geográfica.

2.3.2.2 El marco legal e institucional de las indicaciones geográficas en México: de los convenios internacionales a los dispositivos nacionales

Una indicación geográfica (IG) es el nombre de un lugar utilizado para identificar un producto cuyo origen se asocia con su calidad y/o reputación y/o otras características. De un país al otro país, varios instrumentos legales han sido elaborados para regular el uso de IG: denominación de origen, indicación geográfica protegida, marca colectiva, marca de certificación⁹⁴, etcétera. Hoy en día, las IG benefician a más de dos millones de productores en el mundo, inscritos en la Organization for an International Geographical Indications Network (ORIGIN) (Bowen, 2010). Cualquiera sea la figura legal movilizada, una IG permite, teóricamente, formar o consolidar un nicho de mercado, al diferenciar el producto, vía un sello de calidad como signo distintivo.

México reconoció el concepto de Denominación de Origen (DO) en 1966. Sólo 13 DO han sido registradas en México hasta 2009, frente a las centenas que se registró en la Unión Europea, y esta figura sigue siendo escasamente conocida en el país. También existen otras alternativas para la calificación de un producto: la marca colectiva⁹⁵ (MC), la certificación “orgánica”, el comercio justo, el sello “México Calidad Suprema”⁹⁶. En los párrafos siguientes, se presentarán las dos principales figuras, que han sido utilizadas como IG en los procesos de calificación territorial, en particular de los quesos tradicionales: la denominación de origen y la marca colectiva.

⁹⁴ Una marca de certificación garantiza al consumidor el respeto de ciertas normas de calidad, ciertas características y/o un origen dado.

⁹⁵ La marca colectiva pertenece a un grupo de productores, localizados o no, que definen reglas de uso comunes para la producción y la comercialización de un bien.

⁹⁶ Certificación otorgada para productos agropecuarios de “buena calidad” (inocuidad, respeto de estándares técnicos y de forma, color etcétera), destinados a la exportación (hortalizas y frutas principalmente; también existe para la leche fluida).

2.3.2.2.1 La inscripción de México en los acuerdos internacionales sobre Indicaciones Geográficas

La protección de los productos cuya calidad se relaciona con un origen específico ha requerido el diseño de un marco institucional y legal particular. Varios países diseñaron un sistema *sui-generis* para el reconocimiento y la protección internos de las IG. Para tratar de dar valor a esta protección a nivel internacional y poner en adecuación los diferentes marcos nacionales, se firmaron varios acuerdos multilaterales.

El convenio de París (1883) es el primer convenio multilateral que mencionó las denominaciones de origen, o más bien las “Indicaciones de Procedencia”, concepto más general. Ese convenio, en el cual se integró México en 1903, se enfocaba en la cuestión de los derechos de propiedad intelectual, y en segundo plano al tema de las indicaciones de procedencia. Planteó la prohibición del uso de una indicación de procedencia falsa, y de engañar al consumidor sobre el origen geográfico del producto. Pero no se definieron las reglas de aplicación y de resolución de conflictos, pues sólo se previó un embargo sobre la importación de productos con indicación de procedencia falsa (Escudero, 2001).

Cuando entró en vigor el Arreglo de Lisboa en 1966, México fue uno de los 7 países firmantes (hoy 26 países). Ese arreglo fue el primer que aportó una definición clara de lo que mencionó como “denominaciones de origen” y de las reglas internacional en torno a su uso y protección. El artículo 2 menciona que una DO es “la denominación geográfica de un país, una región o de una localidad que sirva para designar un producto originario del mismo y cuya calidad o características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos”. El Arreglo también prevé la creación de un Registro Internacional de las DO, en cargo del OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Industrial), para una protección mutua de las DO en cada país firmante.

Los acuerdos ADPIC (Aspectos de los Derechos de Propiedad Industrial Relacionados con el Comercio) de la OMC (Organización Mundial del Comercio), vigentes desde 2000 e involucrando a unos 150 países (entre ellos México), marcaron el reconocimiento internacional del concepto de Indicaciones Geográficas (IG). Este concepto es más amplio que el de DO del Arreglo de Lisboa, abarcando toda la diversidad de los estatutos de los productos denominados por su origen geográfico. Una IG se define como el vínculo entre el origen geográfico de un producto y una calidad dada o una reputación u otra característica. Las reglas de protección mutua de las IG no son muy claras, aparte para los vinos y bebidas espirituosas que benefician de un régimen de regulación más completo. Algunos países quieren ampliar este régimen a todos los productos con IG; es en particular

el caso de la Unión Europea, donde se concentran la mayor parte de las IG del mundo (bajo distintas figuras, en particular las Denominaciones de Origen Protegidas y las Indicaciones Geográficas Protegidas) (Rodríguez, 2004). Otros rechazan la conformación de un sistema de regulación internacional, en particular los países donde existen denominaciones genéricas y marcas que usan denominaciones geográficas (como el queso Parmesano, por ejemplo) como EE.UU. Esta oposición ha dado lugar a un debate complejo, que sigue en pie desde muchos años, y en los cuales se entremezclan diferentes intereses comerciales, políticos y culturales más o menos explícitos.

Aparte de los ADPIC, México negoció de manera bilateral la cuestión de las IG en el marco de los numerosos tratados de libre comercio que ha establecido. Así, en el TLCAN, se reconoció el estatuto de IG (en términos y condiciones cercanas al Convenio de París) (capítulo XVII, artículo 1712 del TLCAN), y se previó la protección de las DO mexicanas a través del registro de marcas. Además, Canadá y EE.UU. reconocieron que el Tequila y el Mezcal eran productos originarios de México (capítulo III, anexo 313 del TLCAN). Por su parte México reconoció algunas bebidas espirituosas de sus socios: el Bourbon whiskey y Tennessee whiskey de EE.UU., y el Canadian whiskey. El TLCUEM⁹⁷ previó también el reconocimiento y la protección de las DO de Tequila y Mezcal en la UE, en cambio de la protección en México de 180 IG de vinos y bebidas espirituosas europeas.

2.3.2.2 Las denominaciones de origen y marcas colectivas en la ley mexicana

La primera DO en México se atribuyó en 1974 a una bebida espirituosa, un destillado elaborado a partir de agave azul, el Tequila. Se registró en el OMPI en 1978. Pero se tuvo que esperar hasta 1994 para que una ley defina realmente un marco legal para las DO, sus condiciones de uso, protección y control, con la Ley de Propiedad Industrial de 1994 (véase el anexo 2). El marco legal nacional reconoce el concepto de Denominación de Origen, pero no habla explícitamente de Indicación Geográfica. La ley retomó la definición de la DO del Arreglo de Lisboa, y definió a quienes podían ser los solicitantes, las situaciones de uso ilegal y las sanciones, la solicitud de registro, las tarifas, los procedimientos, las condiciones de anulación, la vigencia y los derechos de uso. Se previó que el Estado fuera el titular de las DO. La protección de una DO excluye su uso por productores afuera de la zona y/o que no respetan los requisitos y reglas plasmados en el decreto de la DO. Esta exclusión concierne también el uso de la denominación acompañado de términos tal como “tipo”, “imitación”, etcétera. En México, a la diferencia del marco legal europeo, una DO se puede aplicar no solamente a una bebida o un alimento pero también un objeto artesanal no alimentario (muebles, mineral, cerámica, etcétera). La atribución de las DO como de las MC corresponde por derecho al Instituto

⁹⁷ Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y México, en vigor desde el año 2000.

Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI)⁹⁸. El IMPI encarga de los trámites, de la concesión de las DO y de las MC y, en el caso de las DO, de su reconocimiento internacional (registro), según procedimientos diferentes en función del tipo de sello (DO o MC). Las Normas Oficiales Mexicanas (NOM) definen las normas, las características y condición de producción y de elaboración de diversos productos (Suarez Rodríguez, 2008). Se usan en general como estándar para todo tipo de productos. En la Ley de Propiedad Industrial de 1994, son consideradas como un instrumento idóneo complementario (pero no explícitamente obligatorio, es decir que puede existir una DO sin NOM) para reglamentar el uso de una DO (condiciones de producción, características de los productos, etiquetado,...). En este caso, la declaración de protección de una DO se refiere a una NOM específica al producto. . Existe una NOM para el Tequila desde 1994, y 7 de las 11 otras DO también se refieren a una norma (véase el anexo 3). El IMPI prevé que un consejo regulador (CR)⁹⁹ se encargará de verificar el cumplimiento de la NOM y certificará a las unidades productivas. Legalmente, el CR debe ser acreditado como organismo de verificación y certificación por la Entidad Mexicana de Acreditación (EMA), organismo dependiente de la SE. El Estado por lo tanto no se encarga directamente de la gestión y del control de las DO. La existencia de un consejo regulador no es mencionada en la ley de Propiedad Industrial, sino que se trata de un medio promovido (“fuertemente” recomendado) por el IMPI para paliar la inexistencia de procedimientos, organismos y reglas de control en esa ley. Hasta la fecha solo 4 DO tienen una NOM y un consejo regulador¹⁰⁰. El primer Consejo Regulador fue creado para el Tequila en 1994 (véase en el anexo 4 la presentación del consejo regulador del Tequila).

En cuanto a las marcas colectivas, fueron definidas anteriormente, en la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial de 1991, antes de ser incluidas en la ley de 1994. Se trata de “aquel signo visible que distingue en el mercado los productos y servicios de las asociaciones, sociedades de productores, fabricantes, comerciantes o prestadores de servicios, legalmente constituidas, respecto de los productos o servicios de terceros” (IMPI, 2006). La MC no era originalmente destinada a la protección de IG, pero en la práctica lo ha sido desde que la administración (el IMPI) recomienda su uso (además de los otros usos de una MC, sin relación con una calidad territorial) a grupos de productores que solicitan una DO, considerándola como una IG

⁹⁸ Organismo público creado en 1993, en base a la ley de Fomento y protección de la Propiedad Industrial de 1991, reemplazada en 1994 por la Ley de Propiedad Industrial

⁹⁹ El IMPI retomó la terminología de las organizaciones encargadas de las DO en España. Sin embargo, se trata más bien en México de un organismo de certificación, cuya única obligación es de ser acreditado por el Estado como certificador para la o las NOM correspondientes. No tiene entonces oficialmente otras atribuciones, como mejorar la gobernanza de una DO, hacer campañas de promoción, etcétera Es libre de cumplir o no con otras funciones que la certificación.

¹⁰⁰ Se trata de las DO: Tequila, Mezcal, Talavera de Puebla y Café Veracruz. La DO Café de Chiapas también tiene un consejo regulador, pero no tiene una NOM.

(Rodríguez Cisnero, 2001). En efecto considera que una MC responde a las expectativas y capacidades de un grupo de productores locales, que sería titular colectivo de una MC que puede manejar como una IG. En esa visión, se supone que el sello tipo MC es “destinado a distinguir el origen o cualquier otra características común de productos, que han sido producidos o fabricados por un grupo de personas en una localidad, región o país” (Granados, 2004). La ley detalla algunos procedimientos para la atribución y el uso de las MC. El titular es el grupo de productores o procesadores que la solicitó (cooperativa, asociación de productores,...) y no se hace mención de una NOM, pero se habla de “reglas de uso”, sin definir las ni establecer mecanismos para su elaboración). La determinación de reglas para la producción y de procedimientos de control y certificación depende únicamente del grupo titular, libre de definir las (o no) en las reglas de uso según su voluntad. El IMPI sólo da unos consejos sobre lo que deben contener las reglas de uso¹⁰¹. Tampoco los procesos de control y certificación son especificados por algún texto oficial. Sólo se obliga a la elaboración de reglas de uso, sin más detalles.

2.3.2.3 Requisitos para la obtención de una denominación de origen y de una marca colectiva

2.3.2.3.1 Las Denominaciones de Origen

La ley define el solicitante como una persona física o moral que tenga un “interés jurídico” para realizar la solicitud de protección de una DO para un producto. Se consideran que tienen ese interés jurídico los actores siguientes: fabricantes o productores, cámaras o asociaciones de fabricantes o productores, dependencias o entidades del gobierno. La solicitud debe reunir los elementos siguientes (véase el anexo 2):

- Los datos del solicitante y la justificación de su interés jurídico;
- Una descripción detallada del producto: características, componentes, procesos de extracción, producción y/o elaboración. Deberá señalarse, en caso que sea determinante para establecer la relación entre la denominación y el producto, a cual norma de la SECOFI (NOM) debe estar sujeto el producto (su forma de extracción, sus procesos de elaboración o producción y sus modos de empaque, embalaje o envase);
- El señalamiento de la denominación que se pretende proteger y una presentación del lugar y de la delimitación de la zona, según sus características geográficas y la divisiones políticas;

¹⁰¹ Según el IMPI, las reglas de uso debían indicar: nombre y objeto de la asociación de productores, normas y estándares de calidad, organismos de verificación y certificación autorizados, pliego de condiciones, prohibición de transmitir la marca a terceros, permiso de uso de la MC y lista de personas autorizadas, medidas de control sanciones y, en su caso, NOM o NMX correspondientes.

- El análisis de los vínculos entre denominación, producto y territorio. Comprende las investigaciones histórico-sociales y tecnológicas que justifican estos vínculos, y el pliegue de condiciones que define las reglas a respetar para proteger el anclaje territorial del producto y garantizar la calidad al consumidor a través de la DO.

La solicitud debe ser entregada al IMPI con un pago de 1,600 pesos mexicanos para el trámite. El IMPI dispone de un plazo oficial de 6 meses para analizarla y dar una respuesta. Si los documentos presentados cumplen con los requisitos, se publica en el Diario Oficial un extracto de la solicitud. Se da entonces un plazo de dos meses para expresar objeciones y observaciones, a condición de justificar su interés jurídico y aportar las pruebas pertinentes. En caso de una respuesta positiva a la solicitud de DO, tras el examen de las objeciones, el IMPI hace una declaratoria sobre la resolución de otorgar una protección a la DO, publicada en el Diario Oficial de la Federación. La DO será vigente sin límites de tiempo, mientras subsisten las condiciones que la motivaron. El IMPI es el organismo competente para declarar la anulación de una DO, si necesario. Pero se podrá solicitar en cualquier momento modificaciones de la declaración de protección de la DO (en cuanto al área de producción, las reglas, etcétera), justificando su interés jurídico y los cambios que se pretenden hacer. Una vez reconocida, el IMPI es encargado del registro internacional de las DO en el OMPI, en el marco del Arreglo de Lisboa.

El IMPI otorga a los productores las autorizaciones de uso, para un periodo 10 años renovables. No existen procedimientos de controles específicos previstos en la ley. De hecho, no se previeron otros requisitos para el usuario más que dedicarse al producto, en la zona delimitada, según las condiciones previstas por la declaración de protección de la DO. El IMPI no tiene mecanismos ni medios de control, ni servicios de inspección. Entonces si no hay una NOM y un CR, se puede obtener la autorización de uso sin muchas constricciones. Si existen una NOM y un CR para el producto registrado como DO, el CR se encarga de verificar su respeto y establece el certificado necesario para obtener la autorización de uso de la DO por parte del IMPI. Sin embargo, como se señaló, no aparece la obligación formal de una NOM en la ley, y ni hay mención de la figura de consejo regulador.

2.3.2.3.2 Las Marcas Colectivas

Según la Guía del Usuario de Signos Distintivos del IMPI (2006), la MC es una marca específica, y su solicitud sigue los mismos procedimientos que una marca individual, utilizando el mismo formato del IMPI (sólo cambia el formato de pago para la solicitud). Así, la principal diferencia entre marca colectiva e individual consiste en la inclusión en la solicitud de reglas de uso que definen los requisitos que se debe respetar (pertenencia al grupo legalmente constituido detentor de la MC, reglas y condiciones de producción). La otra diferencia es que la MC no se puede transmitir a

terceros; su uso queda reservado a los miembros de la asociación (según la Ley de Propiedad Industrial, 1994). Todo lo demás es común con la solicitud de una marca individual: datos generales de los titulares y apoderados, signo distintivo (palabras, diseño, logotipo, u otro), tipo de producto o servicio, fecha de primer uso, señalamiento de productos o servicios, número de clase, ubicación del establecimiento, etiquetas, leyendas y figuras no reservables, nombre y firma de los solicitantes o su apoderado y diversos documentos anexos. Para el registro de una MC, se debe realizar un pago de 2,500 pesos mexicanos al IMPI. El plazo oficial máximo es igualmente de 6 meses para recibir una respuesta del IMPI, que investigará en particular que no existan antecedentes impidiendo el registro de la marca (por ser ya registrada o solicitada). La MC se otorga para un plazo de 10 años, renovables. La protección sólo es efectiva en el territorio nacional, por lo cual es necesario solicitar país por país la protección de una MC si fuera necesario (exportación).

El IMPI (2006) definió una marca (que sea colectiva o no) como *“cualquier signo, palabra, denominación, figura, forma tridimensional, logotipo, diseño, combinación de colores, de números, de letras, siempre y cuando sea: visible, distintivo, original, novedoso, singular, único, especial, inconfundible y de fácil reconocimiento”*. En el caso que nos interesa, es decir la protección de una Indicación Geográfica, o sea el nombre de un lugar para designar un producto, la ley previó la imposibilidad de registrar como marca, individual o colectiva, a (artículo 90, Ley de la Propiedad Industrial, 1994)¹⁰²:

X.- Las denominaciones geográficas, propias o comunes, y los mapas, así como los gentilicios, nombres y adjetivos, cuando indiquen la procedencia de los productos o servicios y puedan originar confusión o error en cuanto a su procedencia;

XI.- Las denominaciones de poblaciones o lugares que se caractericen por la fabricación de ciertos productos, para amparar éstos, excepto los nombres de lugares de propiedad particular, cuando sean especiales e inconfundibles y se tenga el consentimiento del propietario.

Así, si se sigue la ley al pie de la letra, no se puede registrar una marca con un nombre de lugar o un adjetivo asociado; solamente las DO lo permiten. El uso de denominación geográfica es estrictamente limitado por la ley en México, que restringe entonces las indicaciones geográficas al concepto de DO, y anticipa así usos inapropiados. Parece entonces paradójico que desde varios años el IMPI haya incitado a los productores a usar las MC como una especie de Indicación Geográfica. Un

¹⁰² Esas reglas se aplicaron solamente desde 1994, por lo tanto existen marcas que siguen utilizando una denominación geográfica como marca, a pesar de que además no existan vínculos concretos entre sus productos y la zona indicada. Sería posible lanzar un procedimiento de nulidad para esas marcas, pero no existe todavía una jurisprudencia acerca de tal procedimiento. Se puede mencionar por ejemplo la marca de lácteos “Chipilo” (mantequilla, queso, etcétera), que retomó el nombre de una comunidad del estado de Puebla famosa por sus lácteos, pero cuyos productos no tienen ahora nada que ver con este lugar.

extracto de artículo de prensa publicado en 2006 (Galán, 2006) presenta la visión del IMPI sobre las marcas colectivas; que las asocia con grupos vinculados a una entidad geográfica:

“La marca colectiva (MC) es el signo que se coloca sobre las mercancías para indicar que han sido producidas o fabricadas por un grupo de personas asociadas o una agrupación determinada o en una localidad, municipio, región o país.

De acuerdo con el IMPI, debido a que fue apenas hace 4 años cuando se comenzó a promover el uso de marcas colectivas en el País, no se sabe cuántas hay registradas en México, pero a partir del 2001 el organismo tiene identificadas al menos 31.

La diferencia entre una marca colectiva y una tradicional es que la hace una agrupación y que además se auto regula en la forma en cómo se elabora el producto, explicó el director general adjunto de Propiedad Industrial del IMPI, Alfredo Rendón”.

Desde varios años, el IMPI ha propuesto a los productores solicitando una DO de registrar una MC¹⁰³ (como alternativa definitiva, o como primer paso antes de obtener una DO), sin mención al origen, y de completar las etiquetas de sus productos por una indicación de procedencia, pero sin que sea protegida o reservada. Esa procedencia puede ser eventualmente vuelta obligatoria por el grupo titular a través de las reglas de uso de la MC.

La ley define las DO y MC y las condiciones que se debe cumplir para obtener y utilizarlas. Sin embargo es poco clara, en particular en cuanto a los procedimientos para evaluar una solicitud y para su control y gestión. Por su parte, el uso de las MC como forma de protección de una IG constituye una práctica mal estructurada, portadora de contradicciones e incertidumbre. Esas ambigüedades dan la posibilidad a los actores dominantes, dentro de una DO o MC, de imponer su visión en cuanto a las reglas de producción, y al uso del sello de calidad.

2.3.2.4 Congruencia del marco legal e institucional mexicano para la protección de productos tradicionales

El objetivo de este apartado es discutir la adecuación entre el marco legal e institucional y la protección de un producto cuya calidad se vincula con el origen, como los quesos tradicionales. Se reflexionará a partir de los casos de DO ya existentes para ver en la práctica cual es la experiencia empírica que se tiene en México sobre las DO, y las perspectivas que ofrecen.

¹⁰³ De hecho en los folletos distribuidos por el IMPI para promocionar y difundir hacia el sector productivo las diferentes figuras de propiedad industrial e intelectual, se habla de las marcas individuales y colectivas, pero no de denominación de origen.

2.3.2.4.1 Enseñanzas y reflexiones a partir de las DO existentes

El análisis de las solicitudes de DO y de las declaraciones de protección o modificación hace aparecer una gran heterogeneidad en el tratamiento de los diferentes casos por parte del IMPI. La justificación de la delimitación del área y del vínculo entre el producto y el territorio es a menudo limitado: descripciones superficiales sobre características de los productos y procesos de producción, y análisis aun más superficiales sobre como esas características y prácticas se anclan en el territorio (por lo general se trata de un poco de geografía física). Algunas declaraciones, como para el ámbar de Chiapas (IMPI, 2000), se limitan a unas líneas, sin ninguna justificación del vínculo entre el producto y su origen. El texto hace referencia a una NOM que *“en su tiempo será emitida”* (al final fue emitida en 3 años después de la DO...) para caracterizar el producto y su modo de extracción. Al contrario, la declaración de modificación de la DO Mezcal para la ampliación del área es mucho más detallada (IMPI, 2003). Sin embargo los estudios presentados para discutir su validez llevan el IMPI a concluir que el área delimitada previamente siendo muy heterogéneo, se encuentra en “el montón” unas zonas con condiciones similares a las que se encuentran en la región que solicita la ampliación... y por lo tanto la solicitud está validada.

La delimitación de las áreas de denominación es a menudo cuestionable: la DO Tequila incluye espacios muy diferentes, incluso zonas donde el agave azul nunca ha sido cultivado y probablemente nunca lo será (zonas urbanas, Costa Pacífica,...). El hecho de que las solicitudes de DO provienen a menudo de gobiernos estatales puede explicar en parte esa situación. En efecto, su objetivo es meramente político: la protección de una DO para el estado constituye un argumento político a favor del gobierno que la obtuvo. En fin, la denominación protegida no tiene a veces nada de geográfico: Sotol, Talavera o Mezcal no son nombres de lugar. Incluso en el caso del Mezcal, se trata del nombre genérico para un destilado de agave. Equivaldría a la protección de una DO “vino” o “queso”... El caso más destacable y más conocido de las DO en México es el Tequila, caso ejemplar de la situación de las DO en el país, que se presenta enseguida.

2.3.2.4.2 Una ilustración de las DO en México: el caso del Tequila

El caso del Tequila ilustra la falta de claridad del concepto de DO y sus consecuencias. De hecho, el esquema legal de las DO en México ha sido hecho para y, en parte, por los actores de la cadena productiva del Tequila, y sobre todo los grandes destiladores. Además, su estatuto particular en la cultura mexicana, como bebida distintiva, tanto en el extranjero, como entre clases sociales en México, ha hecho del Tequila un producto con fuerte identidad (Rodríguez, 2007). Como símbolo de la mexicanidad, el Tequila entremezcla asuntos económicos y simbólicos, exacerbando los intereses alrededor de la apropiación de su DO.

La historia de la DO Tequila empezó con la norma oficial de 1949, que respondió a las demandas de los destiladores frente a los numerosos y repetidos problemas de imitaciones y fraudes (Rodríguez, 2007). Luego lograron obtener la adhesión de México al Arreglo de Lisboa, y el reconocimiento oficial de la DO en 1974. Sin embargo, al mismo tiempo que reivindicaban la defensa de un producto tradicional genuino y auténtico, la evolución de la norma y de las reglas de uso de la DO Tequila iba en sentido contrario: extensiones sucesivas de la zona de producción del agave, y autorización del uso de un máximo de 49% de azúcares no obtenidos del agave para la producción de Tequila.

El éxito comercial de la DO del Tequila, tanto nacional como internacionalmente, no se puede negar (CRT, 2006, 2007). De hecho, en las presentaciones del consejo regulador del Tequila sobre el tema de la DO, los principales logros mencionados tratan de la protección comercial: lucha contra usos fraudulentos de la DO en México y en el extranjero, aumento de la producción y de las ventas, etcétera. Pero se puede cuestionar su vínculo con el territorio y el modelo de desarrollo que favoreció su manejo e instrumentación. Un paso decisivo se dio en el 1994 con la creación del Consejo Regulador del Tequila (CRT). Dominado por las principales empresas destiladoras y comercializadoras (muchas de ellas perteneciendo ahora a grandes grupos de capital extranjero), el CRT tiene una visión muy industrial y comercial del Tequila y de su DO (Rodríguez, 2007; CRT, 2006 y 2007; Bowen, 2010). Los productores de agave y destiladores artesanales no tienen ningún poder dentro del CRT, lo cual se materializa en los textos legales que institucionalizan la DO (declaración y modificaciones de las DO, y la NOM Tequila). Predominan en esos textos una visión industrial de la calidad vista como un estándar. La evaluación de la calidad se basa en criterios medibles muy precisos, lo cual incrementa además el costo de certificación y por lo tanto la exclusión. Las técnicas, prácticas y saber-hacer tradicionales de los productores de agave y destiladores artesanales no se tomaron en cuenta.

Más allá de los discursos sobre la autenticidad y la calidad tradicional, el objetivo implícito de la DO es aprovechar la reputación nacional e internacional del Tequila para realizar importantes beneficios financieros. El vínculo con el territorio es cada vez menos claro. La zona geográfica es muy amplia y poco especificada (y recientemente ampliada a 10 municipios de Tamaulipas). Las condiciones de producción están muy alejadas de la producción artesanal que se hacía en el pueblo de Tequila, a partir de 100% de agave, y de los de sistemas de cultivos tradicionales. Sin hablar de las consecuencias negativas que ha tenido el desempeño de la DO a nivel local: precarización y pauperización de los productores de agave, desempleo, pérdida de biodiversidad, contaminaciones, erosión, etcétera. (Hernández López, 2007; Bowen y Valenzuela, 2006, 2009). Del otro lado, el

negocio para las empresas comercializadoras se incrementó significativamente y no resulta difícil ver quienes se beneficiaron realmente de la DO. Lograron hacer del CRT un objeto de control de la cadena productiva, y evitar así los problemas que conocían debido a la inestabilidad de la producción de agave azul. El Tequila no es una DO “encastrada”, social, cultural y ecológicamente; al contrario ha sido apropiado por actores extra-locales, en detrimento de la población local (Bowen, 2010). El CRT y las grandes empresas, con el apoyo de las autoridades, han instrumentalizado la tradición, la calidad genuina y la autenticidad; la han reivindicada, pero como un argumento comercial. Se han apropiado el poder económico pero también cultural del Tequila, logrando convertirlo en ganancias. Logró el reconocimiento de los paisajes agaveros por la UNESCO como patrimonio mundial de la humanidad (valorizada por las actividades turísticas) en el 2006, mismos paisajes que su acción ha desestructurado, modificado, y a menudo dañado (Hernández López, 2007).

Este caso muestra que el objetivo de las DO en México es más vinculado con una visión industrial y comercial, de diferenciación en el mercado para obtener ventajas competitivas, que una visión vinculada con un desarrollo endógeno y territorial y una calidad específica en relación con el origen. El Estado, a pesar de ser el titular oficial de la DO, ha dejado la libertad total a las grandes empresas tequileras para manejar la DO. Encima, el poder económico de esas empresas, y su “capital social” (relaciones con políticos locales, movilización de juristas y abogados) hace de esas empresas un lobby cada vez más fuerte, tanto a nivel regional (principalmente en el estado de Jalisco) como nacional e internacional (el CRT preside desde 2010 el consejo de la asociación ORIGIN). La celebración del XV aniversario del CRT en Guadalajara, en el 2009, fue una demostración del poder y de la capacidad del CRT para movilizar políticos, abogados, expertos nacionales e internacionales, así como grupos nacionales e internacionales de productores de IG.

La DO Mezcal, reconocida en 1994 y aun en proceso de consolidación, podría seguir la misma trayectoria. Podría incentivar los mismos procesos que con el Tequila (lo que ya se está dando, con la estandarización vía la NOM: autorización de azúcares no agaveros en el Mezcal, etcétera). La DO Tequila constituye de hecho un modelo a seguir para el gobierno, promovido como tal por el CRT, el IMPI y la administración en general. Frente a esta situación, grupos de productores de Mezcal prefieren demarcarse de la DO Mezcal, en víspera de obtener una MC y luego su propia DO. Parten de la idea que los modos de producción artesanales tienen un efecto más benéfico sobre el medio ambiente, en particular en cuanto a la biodiversidad (Valenzuela 2007; Valenzuela *et al.*, 2008), y sobre la economía local en general. Es por ejemplo el caso del Mezcal Papalote de Guerrero (Illsley *et al.*, 2004). Los productores de Chilapan (Guerrero), con las ONG que los acompañan, buscan así evitar los sesgos de la DO Tequila, e instrumentar una IG (MC o DO) con la idea de promover un desarrollo

local e integral (que no solo contempla la producción de mezcal, sino otras actividades y otros ámbitos de la vida). Eso implica valorizar formas alternativas de producción (sistemas campesinos, agro-silvícolas, y “biodiversos”), de transformación (artesanal, dejando lugar a la expresión de las diferencias entre cada maestro mezcalero), vinculado con otra forma de ver la calidad del producto y relacionarla con la calidad de vida de los productores. También se basa en una visión más estricta del territorio, en función de criterios agroecológicos y socioculturales que distinguen diferentes terruños. Al final los productores de Chilapan lograron una construcción más participativa y democrática que las grandes DO. Favorecieron un esquema de auto-regulación, en lugar de un consejo regulador costoso, que, además de ser objeto de recuperación y manipulación, requiere un pago elevado. Ese tipo de ejemplo de dinámica se adecua más al a problemática de la calificación territorial de los quesos tradicionales como herramienta de valorización y desarrollo local, lo cual parece difícil fundamentar a partir del marco legal y administrativo de las IG tal que existe en la actualidad en México.

2.4 Conclusiones del capítulo 2

La política de sustitución de importaciones y la Revolución Verde, basadas en la idea de producir una gran cantidad de alimentos para abastecer a bajo costo a la población urbana, buscó responder al desafío demográfico y económico. Pero se hizo sin tomar en cuenta la idiosincrasia de los productos y territorios. Al contrario, se buscó desarrollar productos estandarizados, dejando de lado las particularidades de los sistemas de producción agropecuaria y agroalimentaria de cada región. Este proceso se dio no solamente a nivel de la producción sino que también impactó en las costumbres de consumo. El caso del sector lechero es una ilustración de los logros, fracasos y paradojas de la evolución del sector agroalimentario desde 1950, que vio México pasar de una situación de autosuficiencia alimentaria a la de importador neto de alimentos.

En efecto, a pesar de los esfuerzos realizados, la producción nacional aumentó en menor proporción que la demanda. México se caracteriza por ser uno de los principales países importadores de lácteos: leche descremada en polvo, quesos, mantequilla, etcétera. Importa así entre el 20 y 30% de sus necesidades en lácteos. El gobierno intentó revertir esa situación promoviendo el desarrollo de una producción lechera intensiva asociada a una industria concentrada dedicada a productos estandarizados (Suárez, 2008). La respuesta dio unos resultados, a través del incremento de la producción y la concentración de la agroindustria, pero fue insuficiente para alcanzar la autosuficiencia.

El complejo agroindustrial lechero (CAL) implementó una serie de procesos técnicos y organizacionales en función de su lógica técnico-económica (basada en principio de maximización de la rentabilidad y de estandarización): automatización de los procesos, homogenización de la materia prima, del proceso y del producto final, división del trabajo, etcétera. En paralelo, la elaboración de normas oficiales por el Estado, dentro de las cuales dominan las opciones técnicas características del CAL (estandarización y pasteurización de la leche por ejemplo), legitimó esos procesos, excluyendo las demás opciones. Así marginalizaron los quesos tradicionales, dejándolos fuera de la legalidad. Las agroindustrias trataron de producir los quesos tradicionales más establecidos en el mercado. Pero la industrialización de la producción provocó que muchos productos perdieran su calidad original (organoléptica y simbólica). Eso se verifica muy bien para diferentes quesos: el queso tipo Oaxaca que se come hoy en día es “algo parecido” al queso Oaxaca originario de la zona de Etna, Oaxaca, y el queso tipo Cotija que se encuentra en los supermercados tiene poco que ver con el queso Cotija original que sigue produciéndose en los rincones de la sierra de Jalisco.

El modelo productivo dominante hoy en el sector lechero mexicano, promovido como si fuera la única vía de desarrollo para el sector, en la línea de lo que fue la Revolución Verde, se basa principalmente en los siguientes elementos:

- Estandarización e intensificación de los sistemas ganaderos (el “modelo Holstein”): raza Holstein, producción de alfalfa bajo riego, ensilaje de maíz y concentrados, prácticas de ordeña y de manejo del ganado (salud, etcétera) basadas en un uso intenso de la tecnología, y siempre en proceso de “perfeccionamiento” técnico.
- Estandarización de la materia prima (composición de la leche y micro flora presente), por la difusión del modelo Holstein y la aplicación de incentivos a la calidad y sanciones por la agroindustria. Esa estandarización es aun más obvia en el caso de leche en polvo importada, que constituye un verdadero “*commodity*”.
- Estandarización del producto final, por la aplicación de procesos industriales homogéneos. La pasteurización y la estandarización de la leche son fundamental para la agroindustria lechera, que sea para el condicionamiento de la leche fluida o la producción de derivados lácteos (quesos, yogurt, crema, etcétera). La importación de leche en polvo favorece la estandarización del producto final, que tiende a volverse también un *commodity* (yogurt, queso fresco, queso maduro, etcétera).
- Estandarización de los modos de distribución, con el dominio de los supermercados, y del consumo.

En realidad, el término de “modelo Holstein” podría extenderse en realidad a los otros elementos de la cadena asociados a los sistemas ganaderos intensivos. Remite a la vez a modalidades de producción, de transformación, de distribución y de consumo, que se codeterminan.

El sector lechero nacional se ha apoyado entonces en dos pilares, las importaciones y el “modelo Holstein”. Se marginalizaron a los que no podían seguir el modelo, o sea los pequeños productores de leche y el sector artesanal de producción de derivados lácteos. Pero a pesar del fuerte incentivo que se dio a ese modelo, y al contrario los desincentivos que enfrentaron los demás modelos, estos últimos siguen representando una componente importante del sistema lechero mexicano, que sea a nivel de la producción lechera (sistemas familiares y/o de doble propósito), de la transformación (agroindustrias artesanales), del mercado y del consumo. En efecto, la consolidación del modelo Holstein se acompañó paradójicamente de un reforzamiento de la heterogeneidad en los diferentes componentes del sector lechero: por ejemplo entre ganaderos de traspatio, con 1-2 vacas, y

ganaderos de la Comarca Lagunera, con establos de más de 3000 vacas; o entre queseros procesando 100 o 200L cada día e industrias capaces de transformar más de 2 millones de litros diarios. Esa heterogeneidad es uno de los principales rasgos del sector lechero en México, generando un sin número de paradojas. Es de alguna manera un reflejo del alto nivel de desigualdad en la sociedad mexicana.

Por su parte, los productores de leche y queso marginalizados fueron hasta ahora bastante pasivos, en términos de acción colectiva. Su estrategia consistió en mantenerse al margen, en el sector informal, más que de tratar de oponerse y organizar una contra-proposición elaborada. La informalidad, más que una alternativa deseada, es para ellos una respuesta a la ausencia de un Estado (Lautier, 2004), ausencia en el sentido que el Estado ignora a los actores, los penaliza directa o indirectamente, y no incentiva su integración al sector formal (al contrario), aunque no se ve obligado de tolerarlos (puesto que es una fuente de trabajo para gran parte de la población). La baja tendencia de los productores en participar en acciones colectivas, en relación con sus actividades económicas, explica también en parte su marginalización de los debates socio-políticos.

A nivel del consumo de queso, se dio una homogeneización de los patrones en todo el país, alrededor de unos productos dominantes: queso tipo Oaxaca, tipo Panela, tipo Manchego, tipo Cotija. Las costumbres de consumo, con preferencias para quesos frescos y con la costumbre de consumir queso mezclado con otros alimentos (privilegiando la calidad de uso sobre la calidad de origen¹⁰⁴), facilitaron esa tendencia. La escasa regulación del sector y el bajo poder de compra de muchos mexicanos, también reforzaron esa tendencia. Se facilitó así procesos de desterritorialización y despatrimonialización de la producción de quesos tradicionales mexicanos; lo que conduce a interrogarse sobre la viabilidad de las IG u otros sellos de calidad en tal contexto. Sin embargo, no son procesos irreversibles, y sería olvidar que incluso en un país como Francia, con una valorización fuerte de los quesos tradicionales¹⁰⁵, la calificación formal de los productos ha implicado construcciones colectivas, decisiones políticas; es una construcción social, no un hecho natural.

La territorialización y la patrimonialización (o reterritorialización y repatrimonialización) puede entonces ser una alternativa para dinamizar la producción de quesos tradicionales, y esto será el tema central de este trabajo. Entonces un desafío para los actores de los sistemas productivos de quesos tradicionales es ver cómo sobrepasar esas limitantes para que surjan procesos de calificación

¹⁰⁴ Es decir que a menudo el consumidor se preocupa más por saber si el queso conviene para el uso que quiere hacer de él (para fundir, para asar, para botanear, etcétera), más que por su origen.

¹⁰⁵ 45 quesos en Francia benefician de una DO. 9% de la leche de vaca recolectada (o sea 2,130 millones de litros) es procesada en quesos con DO. Representan 16% de las ventas totales de queso en volumen, y 21% en valor (CNAOL e INAO, 2009).

colectivos que permitan rescatar y promover los quesos tradicionales de México, y el desarrollo de los territorios de los cuales son originarios. Como lo escribió un periodista del Financiero, *“se pretende que los pequeños productores se asocien para ganar los mercados con productos de calidad y manufactura casi artesanal, que serían las ventajas contra las grandes industrias que utilizan sueros o saborizantes artificiales. La única forma de competir con calidad es acostumbrando a la población a verificar los productos que consume”* (El Financiero, 2010), además de un marco normativo y cognitivo adecuado para luchar contra la competencia de productos adulterados y valorizar la calidad territorial de los quesos tradicionales. Esa cuestión puede volverse un reto para el desarrollo local de varias regiones del país, donde la producción de quesos es una parte importante de la vida económica y cultural local.

En efecto, la importancia del subsector de los quesos artesanales y sobre todo tradicionales, alternativos al modelo Holstein, es particularmente significativa en ciertas regiones y cuencas lecheras del país, donde constituyen el motor de la economía. Sin embargo, ese subsector sigue desconsiderado por las políticas públicas (a la excepción, en cierta medida, de los pequeños productores de leche), o simplemente ignorados. En este contexto, los quesos tradicionales no han representado un tema de importancia en el marco las políticas agroalimentarias nacionales. ¡Ni siquiera se conoce la situación real de ese sector, aunque se estima que representaban por lo menos el 50% de la producción nacional de queso en 1999 (Castro *et al.*, 2001)! Son más bien vistos como una supervivencia de formas de producción arcaicas, ineficientes e incluso peligrosas para la salud pública, que deberían desaparecer con el proceso de modernización del sector lechero.

Para activar y aprovechar los conocimientos y otros recursos de los sistemas productivos locales relacionados a la producción de quesos tradicionales, más allá de las habituales declaraciones de intención y de los análisis generales planteadas por diversos expertos, es imprescindible plantear los problemas desde un ámbito local, y ver al mismo tiempo como interactúan y responden con otras escalas. En ese sentido, se propone analizar tres casos de sistemas productivos de quesos tradicionales, que fueron objeto de un proceso de calificación. Pero en un primer tiempo, con la meta de ubicar las problemática de los quesos tradicionales y de las indicaciones geográficas, se presentará a continuación el marco teórico, que dará claves de análisis para las cuestiones de calidad, calificación territorial, y patrimonialización, en el marco de sistemas productivos locales.

CAPÍTULO 3 MARCO TEÓRICO

« El poder y el valor económico son un paradigma de la realidad social. No se originan de la volición humana; la no-cooperación es imposible en lo que los conciernen. La función del poder es de asegurar esta medida de conformidad que es necesaria para la sobrevivencia del grupo; su fuente última es la opinión (...). El valor económico asegura la utilidad de los bienes producidos; debe existir anteriormente a la decisión de producirlos; es un sello apuesto en la división del trabajo. Su fuente se encuentra en las necesidades humanas y la escasez (...). Cualquier opinión, cualquier deseo hará de nosotros participantes en la creación de poder y en la constitución de valor económico”. (Polanyi, 1944: 332).

3.1 Introducción del capítulo 3

Más allá de una internacionalización o transnacionalización de la economía (caracterizada por el auge de empresas transnacionales, con sus filiales y una jerarquía fuerte), la globalización remite a un proceso de integración complejo de la economía mundial (Requier-Desjardins *et al.*, 2003). En este marco, la organización espacial de la economía ha sido modificada, dando lugar a nuevos procesos de división internacional del trabajo, de reconfiguración de las relaciones entre centros y periferias, y de una acelerada especialización de los territorios. La globalización es concomitante con una acentuación simultánea de la diferenciación de los territorios y su interdependencia. Es la paradoja de la articulación global/local, que algunos autores abordaron desde el concepto de “glocalización” (Rombaldi, 2001; Pecqueur, 2006). El sociólogo Robertson (1995) utilizó esa noción para explicitar las interconexiones entre las dinámicas económicas, sociales y culturales a nivel global y local. De esta manera, la glocalización alude a la necesaria adaptación de lo global (ETN, etc.) a las condiciones locales (hábitos culturales por ejemplo) y la a también necesaria proyección de lo local en la esfera global (por ejemplo la importancia de Slow Food, como movimiento mundial, que sostiene muchas acciones locales para la defensa de productos alimentarios locales). La idea de “pensar global, actuar local”, sostenida por los movimientos altermundialistas, es otra expresión de la postura glocal.

Si la globalización ha acelerado la homogenización en algunos mercados (en particular agroalimentarios), no ha eliminado la diversidad, incluso la ha puesto en valor en muchos casos. Así la diversificación de la demanda puede procurar a las pequeñas empresas una ventaja: más flexibles y reactivas, pueden proponer una oferta de productos muy específicos para un mercado dedicado (Pecqueur 2000; Requier-Desjardins *et al.*, 2003); es por ejemplo el caso para alimentos artesanales o tradicionales. Pero pueden difícilmente integrarse en los mercados globales de manera aislada. De ahí el interés para coordinarse, conformar redes, aprovechando en particular una cercanía física y/o cultural para establecer cooperaciones duraderas. La globalización implica entonces un reajuste de

las estrategias y formas de organización, donde la competencia entre empresas se combina con la competencia entre territorios, en los cuales *“las externalidades producidas en un territorio no son solamente una disponibilidad genérica y estática en dotaciones de factores abundantes y baratos sino más bien una capacidad específica y dinámica de interacción entre actividades, competencias, saber-hacer”* (Gilly y Pecqueur, 2002: 310).

La competitividad no es exclusivamente una cuestión de precio y costo, mas también depende de múltiples factores. Así determinados territorios cumulan ciertos recursos, materiales o inmateriales, naturales o humanos, que los desmarcan de otros territorios y les da ventajas competitivas. Por ejemplo la calificación de los productos alimentarios, en respuesta a la preocupación creciente del consumidor por la calidad de sus alimentos (sea sanitaria, nutricional, organoléptica o simbólica), ofrece nuevas oportunidades para diferenciar la oferta (Colletis y Pecqueur, 2004). Es particularmente el caso para la calificación territorial de un producto, que se basa en la explicitación del vínculo entre una producción y un territorio. La valorización del origen de un producto permite utilizar las representaciones socioculturales, asociadas a paisajes, a una historia y un estilo de vida, u otros, como factor de diferenciación en los mercados. La competitividad de un producto puede integrar diversos recursos territoriales, determinando un conjunto de ventajas competitivas a nivel territorial (y no solamente de una empresa individual), o de *“ventajas diferenciativas”* para retomar la expresión de Colletis y Pecqueur (2004). Pero la calificación no es un proceso natural, sino que es una construcción social; en particular cuando remite a la construcción de un sello de calidad como una indicación geográfica (IG).

Los enfoques de la economía de los territorios, y en particular de Sistemas Productivos Locales y de Sistemas Agroalimentarios Localizados (Sial), serán esbozados, y puestos en perspectiva a través de la economía patrimonial. Se presentará después las principales teorías, nociones y conceptos, que respaldarán el análisis de los estudios de procesos de calificación. Resultan en gran parte de los aportes que hicieron diferentes corrientes de la economía institucional: economía de la calidad, economía patrimonial, teoría de la acción colectiva, y economía de la convenciones.

3.2 De la economía de los territorios a la noción de activación de los Sistemas Agroalimentarios Localizados

La endogeneización de la noción de territorio en la economía presenta un gran interés teórico. Permite reflexionar sobre la localización de las actividades económicas y sus implicaciones. Así el territorio, la localización de una empresa no determina simplemente una dotación en factores de producción, sino que la inscribe en una trayectoria de desarrollo, cumulativa, siguiendo cierta orientación productiva.

Para analizar esa trayectoria y especialización de los territorios, economistas y geógrafos han elaborado diferentes teorías y enfoques. Han propuesto diferentes modelización para entender las formas de organización económica a partir de su relación con el espacio. Destacaron en particular dos nociones, fundamentales para comprender la articulación entre actividades económicas y territorio:

- los **recursos**, genéricos y específicos, que caracterizan un territorio y que son movilizados e incorporados para la producción de un bien dado. Se puede distinguir los recursos materiales (naturales o no), movilizados y activados a través de sistemas de acción, basadas en saberes técnicos (actuar con/sobre lo material, sobre objetos) y relacionales (interactuar con los demás actores, alrededor de los objetos de la acción) que entran en la categoría de recursos inmateriales.
- las formas de **coordinación, proximidades, gobernanza y capital social** (geográfica, organización e institucional), que caracterizan las relaciones entre actores y entre las actividades socioeconómicas. El territorio es el espacio privilegiado de interacciones, y por lo tanto es un espacio de proximidades. La proximidad también se explica porque la producción y el uso colectivo de los recursos territoriales implica un vínculo, formal o no, entre los actores. Se relaciona con el análisis de la **acción colectiva**. Con esos diferentes conceptos, se busca ver alrededor de cuales elementos, de cuales identidades (profesionales, comunitarias, cognitivas, normativas, etc.) se forma y se desarrollan las acciones colectivas estructurales y funcionales.

Antes de analizar más al fondo esos elementos, se hará una rápida presentación de los avances de la economía de los territorios y de la reflexión sobre los Sistemas Agroalimentarios Localizados (Sial).

3.2.1 Emergencia de la economía territorial

El enfoque de economía territorial encuentra sus premisas en los trabajos de Marshall (1920). Emergió realmente con las nociones de distritos industriales de Becattini (1979) y Cappechi (1987); el concepto de “clúster” con dos variantes (McCormick, 1999): la de M. Porter (1990), y la de H. Schmitz (1996); en Francia, en la línea del libro de Benko y Lipietz (1992) sobre “las regiones que ganan”, G. Courlet (2001; 2002) y B. Pecqueur (1992; 1996) definieron la territorialidad como un recurso estratégico para las actividades económicas, y propusieron el concepto de sistemas productivos localizados.

El interés para estos diferentes enfoques¹⁰⁶ territoriales incrementó al cruzarse los efectos de la globalización y de las políticas de descentralización. Estos procesos hicieron resaltar lo “local” como una entrada pertinente para entender las dinámicas socio-económicas, dentro de la dialéctica global/local. Así se estudiaron territorios donde la competitividad no se podía resumir en una mayor dotación en factores de producción, sino que resultaba de un proceso complejo involucrando economías de escala a nivel territorial, externalidades pecuniarias y tecnológicas, competencias y aprendizajes colectivos, acciones colectivas, calidad y calificación de productos, gobernanza local, innovación (en sus diversas dimensiones), etc. La innovación y su territorialización (Requier-Desjardins, 2007a), como la acción colectiva, competencia-cooperación, eficiencia colectiva y los modos de gobernanza, han sido al centro de las preocupaciones de la economía de los territorios. Alimentaron nuevas reflexiones sobre el desarrollo territorial, conduciendo al diseño de nuevos instrumentos y métodos de intervención¹⁰⁷.

Se abrieron entonces nuevas perspectivas para pensar la relación entre economía y espacio. Se considera el territorio como un espacio activo, “vivo”, con un papel complejo en las dinámicas socio-económicas (Porter, 2000; Courlet, 2002). El territorio implica a la vez una apropiación económica, ideológica y política (y por lo tanto social) del espacio y de los recursos, como lo planteó Di Méo (1998). Es una construcción social¹⁰⁸, basada en un proceso cognitivo colectivo, define un espacio de

¹⁰⁶ La lista no es exhaustiva, faltaría en particular incluir los trabajos inspirados por la economía evolucionista sobre los “medios innovadores” y sistemas de innovación nacional o regional, los trabajos sobre distritos tecnológicos, los “technopoles”, los complejos productivos, etc. De ahí en adelante, para simplificar, utilizaremos “sistemas productivos locales” como término general, incluyendo a todos los diversos enfoques sobre formas territoriales de organización económica.

¹⁰⁷ En el caso de los SPL por ejemplo, un organismo interministerial, la DATAR en Francia, se ha apropiado los trabajos de los economistas de los territorios, e incluso los financió (Fourcade *et al.*, 2005), y ha creado diferentes instrumentos políticos basado en ese enfoque. Véase en <http://www.datar.gouv.fr/index.php?lang=fr>.

¹⁰⁸ Definido como “*espacio construido histórica y socialmente, en el cual la eficacia de las actividades económicas es fuertemente condicionada por las relaciones de proximidad y de pertenencia a este espacio*” (Muchnik, Sautier, 1998).

interacción dinámica, estructurado por proximidades, en el cual intercambian y se coordinan los diferentes actores, más allá de las divisiones entre sectores productivos (Pecqueur, 1992). Forma un sistema incluyendo varias esferas, productivas, institucionales y organizacionales, en las cuales se enmarcan las dinámicas sociales, económicas, culturales y políticas. El territorio no es algo fijo, sino dinámico: se debe entender más como una trayectoria, una historia. El territorio *“se produce y se destruye, se maneja, su activación genera valor agregado y es objeto de codificación, de acaparamiento y de rivalidades”* (Casabianca y Linck, 2004: 12). Los enfoques de economía territorial se interesaron por los procesos de territorialización, des- y re-territorialización que se dan de manera permanente, y se interesa a la territorialidad¹⁰⁹ de una actividad, recurso o actor. Sin embargo, el interés por lo local no debe impedir tomar en cuenta otros niveles, otras escalas, pues el territorio no es una entidad aislada: los actores se relacionan con su entorno regional, nacional o mundial. El equilibrio entre apertura y cierre de un SPL es necesario, para asegurar su existencia como sistema diferenciado, sin disminuir su capacidad de adaptación por su aislamiento (Grosjean, 2002). De hecho el nivel de apertura y la *“fuerza” (“strength”)* de las relaciones internas en un SPL son dos determinantes claves para su desarrollo, cuyos impactos difieren en función de las incertidumbres del contexto y del tipo de actividad económica que caracteriza el SPL (Eisingerich *et al.*, 2010).

El enfoque de SPL es un marco conceptual amplio para estudiar los fenómenos económicos localizados, encastrados en un territorio (en su dimensión natural y social). Cada SPL se caracteriza por una combinación particular entre externalidades pecuniarias y tecnológicas y acciones colectivas, ventajas pasivas y activas. Tal vez existen tantos tipos de SPL como casos empíricos. Sin embargo, se distinguen grandes grupos o tipos de SPL: distritos industriales o tecnológicos, clústeres, medios innovadores, etc. Cada uno tiene características específicas, ligadas a su estructura, organización y orientaciones estratégicas. La diferencia entre esos conceptos se relaciona también a la naturaleza del cuestionamiento científico, tanto en los objetos enfocados como en los conceptos teóricos utilizados. Constituyen diferentes instrumentos conceptuales de una misma *“caja de herramientas”*, que pueden ser movilizados en función del objetivo/interés del investigador o del agente de desarrollo.

¹⁰⁹ Estos conceptos remiten a los trabajos de los geógrafos sobre el territorio y la territorialidad; sin entrar en los detalles, se puede mencionar a autores como Raffestin, Di Meo y Haesbert. En la tradición de los analistas que consideran el territorio como entidad geográfica y soporte de identidad (Bailly y Ferras, 1997), como espacio apropiado, la territorialidad puede ser definida como la relación entre un objeto o un actor y un territorio, relación que puede ser tanto material como inmaterial (afectiva, simbólica, etc.). Dentro de los trabajos sobre SPL, la territorialidad ha sido definida como como un recurso estratégico para las actividades económicas y *“la permanencia, en los comportamientos individuales, de un comportamiento estratégico que integra el espacio de proximidad”* (Pecqueur, 1992).

El sector agroalimentario es un sector peculiar, debido a su estrecho vínculo con la producción agropecuaria y la particularidad de la relación entre el individuo social y su alimentación. Esta particularidad sectorial implica estructuras y dinámicas propias, en comparación a otros sectores (industriales y de servicio). Diferentes trabajos se basaron en la hipótesis que tal especificidad sectorial se identifica también a nivel de los SPL agroalimentarios. Tiene sentido entonces movilizar un enfoque particular, que corresponda a la realidad del sector agroalimentario, al contexto y los desafíos que enfrenta. Antes de reflexionar sobre la cuestión de su particularidad, se analizará a continuación cómo surgió la noción de Sistemas Agroalimentarios Localizados.

3.2.2 De relaciones que “constituyen sistema” entre agroindustrias rurales a los Sistemas Agroalimentarios Localizados

Inspirándose de los trabajos de la economía de los territorios (y de los SPL en particular) y de trabajos sobre la Agroindustria Rural, surgió el concepto de Sistemas Agroalimentarios Localizados (Sial). Un Sial incluye agroindustrias, así como actividades hacia atrás de la cadena (agropecuarias) y también comerciantes, restaurantes, y otros, rurales o urbanos. La elección de la palabra “localizada” en lugar de “local” muestra la complejidad de la cuestión de la localización en los Sial. Remite a la realidad de la producción y consumo de alimentos, permanentemente animados por fenómenos de localización, deslocalización y relocalización, y no definidos por un anclaje socio-espacial estático (Moity-Maizi y Muchnik, 2002; Muchnik, 2006).

El Sial ha sido definido como un sistema *“compuesto por organizaciones de producción y servicios (unidades de producción agropecuaria, agroindustrias, empresas comerciales, de servicio, restaurantes, etc.) asociadas, por sus características y su operación, a un territorio específico. El medio, los productos, los humanos, sus instituciones, saber-hacer, comportamientos alimentarios y redes de relaciones se combinan en un territorio para tomar una forma de organización agroalimentaria a una escala espacial dada”* (CIRAD SAR, 1996; Muchnik y Sautier, 1998). Se encuentra en el “punto nodal” entre territorio y cadena productiva (figura 20).

SIAL: ORTOGONALIDAD CADENA-TERRITORIO



Figura 18: SIAL: ortogonalidad territorio-cadena productiva (Boucher, 2003)

Un Sial es un objeto conceptual complejo, difícil a definir por la plasticidad de su configuración y la diversidad de los elementos que lo componen. Por su naturaleza sistémica, se puede ver como un conjunto de sistemas de acciones en torno a flujos de producción agroalimentaria (Touzard, 2007). Así la cuestión tecnológica e industrial, central en la AIR, es integrada en un marco más amplio, con otras dimensiones. Un Sial es formado y animado a partir de las interacciones entre los diferentes subsistemas (sociales, económicos, tecnológicos, políticos, etc.) que se codeterminan, se complementan y se oponen. Estas dinámicas son a menudo especificadas por las características del sector agroalimentario, lo que justifica diferenciar un Sial de otros SPL. Existe así un consenso amplio para considerar que los Sial no constituyen solamente SPL del sector agroalimentario¹¹⁰, ya que son atravesados por dinámicas propias a ese sector, con vínculos particulares con el territorio (Muchnik, 2002; Muchnik *et al.*, 2007; Requier-desjardins, 2007a; Perrier-Cornet, 2009), por la naturaleza de las actividades de producción y consumo en el sector agroalimentario (en particular por su vínculo con el medio-ambiente, y las particularidades del consumo alimenticio)

A fin de cuenta, lo que importa en un análisis Sial, más que definir un territorio bien delimitado, es caracterizar la especificidad territorial de la relación productos/hombres/recursos territoriales. Además de la proximidad geográfica y las economías externas de aglomeración, se privilegia otras formas de proximidades y de solidaridades territoriales que son los esqueletos del sistema territorial, y que impactan en las modalidades de apropiación, (re)producción y uso de los recursos territoriales.

¹¹⁰Se incluye en el “sector agroalimentario” las diferentes actividades desde la producción agropecuaria y sus proveedores hasta la comercialización, pasando por las actividades de pos cosecha y transformación.

Sin embargo, las características materiales y objetivas de los productos y recursos materiales implican a menudo la necesidad de cierta proximidad geográfica, más para otros tipos de producción.

3.2.3 ¿Cómo abordar un Sial?: recursos territoriales, coordinación e interacciones sociales

3.2.3.1 De los recursos específicos a los recursos territoriales

Un Sial se caracteriza por su posición al punto nodal entre dos subsistemas: el territorio y la cadena productiva (o sistema agroindustrial). Dentro de una visión topológica, el territorio remitiría al orden político y simbólico, mientras que la cadena productiva (CP) correspondería al orden económico. Pero lo interesante es poder caracterizar como ambos subsistemas, en una visión dialógica, se recubran parcialmente, son imbricados, y analizar las consecuencias de este recubrimiento. La noción de recurso puede ser movilizada como mediador analítico de la relación entre territorio y CP. En efecto, por un lado la definición de un territorio remite a la existencia de recursos territoriales, y a las modalidades de su producción, reproducción y uso. Por otro lado, los recursos son incorporados en los procesos económicos que conforman una CP, de los cuales constituyen la materia prima, la energía, los saberes, u otros. Los geógrafos hablan del territorio como del espacio apropiado: si un recurso remite a las potencialidades (naturales o no) que ofrece un territorio, es realmente un recurso cuando es revelado (proceso que es intencional, según Hirczak, 2007), identificado como tal y asociado con una trama cognitiva e institucional. Esa relación biunívoca entre recursos y un grupo humano alude a la noción de apropiación, como definición de las condiciones de (re)producción¹¹¹, manejo y uso de un recurso (incluyendo por supuesto la revelación del recurso, que de hecho es parte de su proceso de producción). Los recursos pueden ser de varios tipos: materiales (naturales y/o artificiales: suelo, clima, paisaje, infraestructuras de comunicación, etc.) o inmateriales (saber-hacer, saber-apreciar y reconocer de los consumidores, arreglos institucionales, confianza, división y organización del trabajo, etc.), tangibles o intangibles. Colletis y Pecqueur (2004) también distinguieron los recursos específicos de los recursos genéricos. Estos últimos son integrados en el mercado y son transferibles, por un precio fijado en el mercado, al contrario de los recursos específicos.

La especificidad puede ser vinculada con un anclaje territorial fuerte, una territorialidad que imposibilita, o por lo menos dificulta, la transferencia de un recurso. El anclaje territorial remite a la naturaleza del objeto y/o del sistema productivo relacionado con el recurso, y a procesos tanto

¹¹¹ De aquí en adelante, se usará el término “(re)producción” de los recursos para señalar a los mecanismos de producción (cuando no preexisten) y reproducción (cuando de se trata de renovar recursos existentes) de los recursos

naturales como sociales que permiten su disponibilidad, movilidad y uso (por ejemplo un tipo de suelo o condiciones climáticas no son transferibles; pero también es difícilmente transferible un conjunto de reglas, contratos, normas, convenciones, rutinas que permiten el funcionamiento de una CP; un saber-hacer empírico, transmitido por aprendizaje “de cara a cara”, es transferible, pero de manera limitada cuando se inscribe en redes sociales locales). Se habla de recurso territorial cuando un recurso es anclado en un territorio, anclaje que lo vuelve específico. Los recursos territoriales específicos marcan las diferencias entre territorios y constituyen un elemento (potencial o activado) de competitividad, que no solamente depende de la estructura de los costos, y remite a una ventaja diferenciativa (que diverge de la noción de ventajas comparativas, al insistir en la diferenciación como elemento clave de la competitividad).

Un Sial se caracteriza entonces por un conjunto de recursos materiales e inmateriales. Algunos son genéricos, otros son específicos y constituyen una ventaja para los territorios y sus actores, que puede valorarse en términos de competitividad. Más que a un recurso, la especificidad remite más bien a un sistema de recursos, una trama que engloba recursos y relaciones/coordinaciones entre los actores. Para Requier-Desjardins (1999: 4), *“specific assets (...) are born from the very relationships the actors create in the process of activity”*.

Por lo tanto es más adecuado pensar la especificidad de un territorio sobre la base de un sistema complejo de recursos territoriales, cuya (re)producción y uso depende de un colectivo de actores. Es la incorporación de ese conjunto de recursos que especifica un producto, por ejemplo un queso (Linck, 2005a): saber técnicos ganaderos y queseros combinados a recursos naturales, saber relacionales (organización del trabajo por ejemplo, o redes de comercialización), un paisaje, pautas culturales, etc. Por ejemplo, en el caso de la DO queso Ossau Iraty en Francia, la no transferibilidad y la especificidad de este producto residen en la combinación de un clima, razas locales, prácticas de manejo del ganado, paisajes y prácticas queseras (Moity Maizi y Amilien, 2008). Es esta especificidad conjunta de un sistema de recursos, que se define el anclaje territorial del producto y del sistema productivo asociado, en la cual se movilizan diferentes recursos. Pero la especificidad, como el anclaje, no son elementos dados, sino que pueden evolucionar. Así, la obtención de un sello de calidad tipo Indicación Geográfica puede (y debe) permitir por ejemplo consolidar y reforzar el anclaje territorial de una producción, y participa en la emergencia de un nuevo recurso.

3.2.3.2 El recurso territorial como la interacción entre un objeto y una cadena productiva

Un recurso no es algo estable, definitivo: evoluciona, tiene una dinámica propia en el tiempo y en el espacio. Un objeto puede ser reasignado a un uso alternativo, o ser movilizad por otros sistemas

de producción. Un recurso puede ser creado, o al contrario ser agotado o desaparecer. Esos cambios en la relación objeto/CP se analizan a partir de los cambios en tres dimensiones (técnica, socio-institucional y territorial) (figura 19).

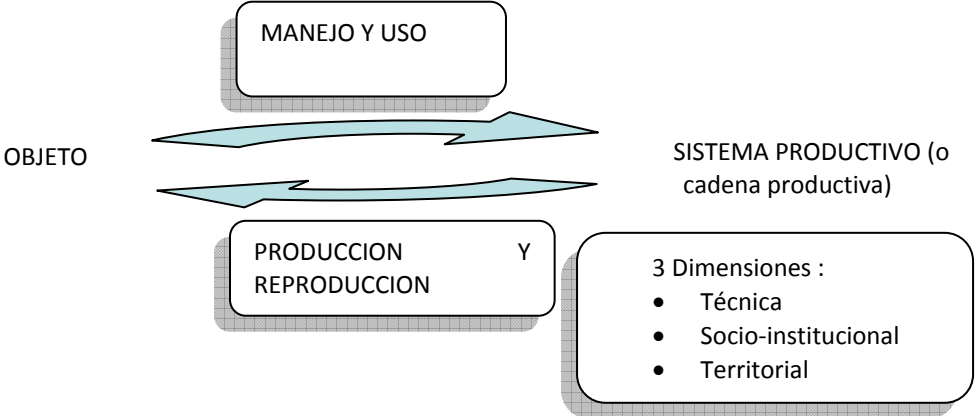


Figura 19: la noción de recurso según Kébir (2006) (elaboración propia)

El recurso territorial emerge de la interdependencia entre un objeto y un sistema productivo local, relación marcada por su grado de anclaje territorial, y por cierta finalidad e intencionalidad. Cada recurso se inserta a su vez en un sistema más amplio. Así un Sial podría definirse como un “meta-sistema” de recursos, de relaciones implicando a varios objetos (por ejemplo el tipo de suelo, la vegetación, los diferentes saber-hacer técnicos) y actores (productores primarios, agroindustria, comerciante, consumidor, o incluso varios sistemas productivos). Analizar un Sial requiere estudiar las interacciones entre recursos, localizados en el tiempo y en el espacio. Por definición, un enfoque sistémico se aborda no por sus componentes, sino más bien por su funcionamiento, es decir a través de las formas de interdependencia y regulación que articulan los componentes entre ellos. Interesarse por un Sial conduce a privilegiar el análisis de las interacciones e interdependencias entre recursos, en relación con las dinámicas socioeconómicas, entre producción, intercambio y consumo.

3.2.3.3 De la coordinación en torno a los recursos a la coordinación como recurso

El problema de la coordinación y de las relaciones que unen los diferentes actores de un Sial ha sido conceptualizado de varias maneras. Se habló de la noción de proximidad, geográfica y organizada, para caracterizar los vínculos entre actores (Torre y Gilly, 1999; Torre, 2001; Pecqueur y Zimmermann, 2004), en relación con diferentes formas de confianza (doméstica, interpersonal u organizativa). Por su parte la noción de capital social¹¹² ayuda en particular a aclarar la cuestión del

¹¹² Se Entiende el capital social a partir de las definiciones de Woolcock y Narayan (2000): “las normas y reglas que permiten la acción colectiva” y de Durston (2001): “el contenido de ciertas relaciones y estructuras (redes) sociales, caracterizadas por actitudes de confianza y comportamientos de reciprocidad y de cooperación”. El uso de la palabra “capital” no es anodina, significando que las relaciones sociales constituyen un factor de

tel-00603402, version 1 - 27 Jun 2011

balance entre relaciones internas y externas en un sistema productivo local, y sus impactos en términos económicos. De esta manera, este propósito se puede distinguir entre dos principales tipos de capital social (Woolcock y Narayan, 2000):

- El capital social de unión (“bonding”) que designa los vínculos al interior de un grupo (comunidad, familia, organización, etc.);
- El capital social de puente (“bridging”) que remite a los vínculos entre todo o parte de un grupo con otro grupo.

Grosjean (2002) habló de la capacidad de autonomía de un sistema de producción territorial como la *“capacidad para un sistema para abrirse, desarrollar relaciones con el exterior mientras conserva su propia coherencia”*. Se trata entonces de la capacidad del sistema para regular su apertura y aprovechar oportunidades externas (por ejemplo nuevos mercados), mientras controla su cierre para conservar su identidad, su autonomía, su dinámica propia de innovación y aprendizaje. Los actores deben combinar el uso del capital social de unión y de puente según los momentos estratégicos, según los retos que deben enfrentar. Es en particular importante en un contexto marcado por la incertidumbre (cambios tecnológicos, nuevas demandas y preferencias del consumidor, competencia,...). De esta manera, si *“ [...] both openness and strength in networks are equally important, however these findings [of this study] might suggest that network openness is disproportionately relevant in an uncertain climate”* (Eisingerich et al., 2010: 251).

A fin de cuentas, dado que se ha visto que un recurso resulta de la interacción entre varios objetos y/o actores, las diferentes formas de coordinación entre actores pueden ser analizadas como recursos, cuando se movilizan para la producción, el intercambio o el consumo. Esto conduce a interesarse de manera más profunda por la noción de acción colectiva, en sus diferentes modalidades.

3.2.4 De la acción colectiva a las instituciones

3.2.4.1 Las diferentes formas de acción colectiva

Olson (1971) definió la acción colectiva como la acción de un grupo de actores en torno a un interés común, un bien colectivo (en un sentido amplio). La acción colectiva es subyacente en todos los procesos de movilización de recursos territoriales, por esencia colectivos. En un estudio sobre los clústeres, Schmitz (1996) consideró que la acción colectiva, o acción conjunta (lo que llama “ventaja

producción económico. Sin entrar en este debate, es importante poder apreciar los impactos económicos de las redes sociales.

activa”), era la verdadera fuerza/ventaja de las concentraciones espaciales de empresas, más allá de las externalidades de aglomeración (ventajas pasivas). La acción colectiva no es un sinónimo de cooperación: la economía territorial la ubica más bien dentro de la relación dialéctica competencia/cooperación. La acción colectiva puede ser horizontal (entre actores del mismo eslabón de la cadena productiva) o vertical; y bi o multilateral (según el número de actores). Puede ser formal (bajo la forma de organización, contratos, etc.) o informal. Es potenciada por la existencia de formas de proximidad entre los actores, facilitando su coordinación.

La puesta en marcha de acciones colectivas depende a menudo de la existencia y del tipo de proximidad y confianza que vincula a los actores, que fluctúa en particular según el tipo de red/grupo (familiar, profesional, etc.) involucrado (Biénabe *et al.*, 2004). A su vez, la acción colectiva refuerza la proximidad, favoreciendo el desarrollo de una confianza organizacional, para una mayor coordinación y cooperación (Torre, 2001). De tal manera se puede crear un círculo virtuoso entre acción colectiva y procesos de territorialización, vía el refuerzo de las proximidades. Pero también puede ocurrir lo contrario, formándose un círculo vicioso basado en la no cooperación, el oportunismo, la desconfianza y la reducción de la proximidad, que frena los intentos de acción colectiva (Poméon *et al.*, 2006; Rangel, 2002).

Boucher (2004) distinguió dos tipos de acción colectiva:

- La acción colectiva estructural, con la creación de un grupo formal, que alude a los trabajos de Olson (1971) sobre la teoría de la acción colectiva;
- La acción colectiva funcional, que remite a la construcción de un recurso territorializado en relación con la calidad de un bien o servicio (sellos de calidad, marcas colectivas, denominación de origen, etc.). Remite a los trabajos sobre el manejo de los bienes comunes, en particular los del premio Nobel E. Ostrom (1990).

La acción colectiva estructural crea un marco para encuentros e intercambios, favorables a aprendizajes colectivos. Por otra parte, otorga a los participantes visibilidad y representatividad, incluso legitimidad, que pueden ser un recurso clave, tanto en el ámbito político como económico, en la interacción con clientes, proveedores o con la administración pública. También permite realizar economías de escala. Pero tiene sus límites: por ejemplo cuando se trata de regular y controlar la oferta (especialmente en relación con la calidad); o cuando se profundizan asimetrías de poder entre los miembros. La acción colectiva funcional es más “institucionalizada”, en el sentido que se vincula a la emergencia de nuevas instituciones. Remite más a una lógica sistémica, mientras que la acción colectiva estructural alude más a dinámicas de simple aglomeración o de área

especializada (es decir un lugar donde se concentran varios actores dedicados a la misma producción, o producciones similares). Lleva a *“la construcción de un dispositivo de reglas capaz de coordinar el conjunto de los actores locales (...). Puede basarse en la construcción de un recurso territorializado en relación con la calidad: marca colectiva, sellos de calidad, denominación de origen”* (Biénabe et al., 2004: 11). Este recurso territorializado constituye un bien colectivo para los actores del territorio, y refleja la existencia de una finalidad común entre ellos. Su manejo depende no solamente de acciones colectivas, sino también de relaciones e interacciones, que juntas conforman un modo de gobernanza del recurso. Como lo afirmaron Allaire y Sylvander (1997: 44), *“la calificación de los productos necesita la composición de varios modos de coordinación entre actores de diversos tipos (...)”*. Por lo tanto, se abordará a continuación la problemática de la coordinación a partir de la noción de gobernanza.

3.2.4.2 Gobernanza de los recursos: ¿territorial o sectorial?

. Se utiliza aquí la gobernanza en el sentido de un proceso institucional y organizacional de compatibilidad de diferentes modos de coordinación entre actores, a nivel de una empresa, una cadena productiva, un sector, un territorio o un país (retomando la definición de la gobernanza territorial de Pecqueur, 2000); más sencillamente, es el proceso de construcción de decisiones colectivas. La gobernanza alude entonces al necesario proceso de ajuste que se debe operar entre diferentes actores para lograr una finalidad común, y cumplir con el resultado esperado. Remite entonces a diferentes dispositivos: reglas, normas, leyes, organizaciones, convenciones, etcétera.

Giuliani et al. (2005) hablaron de la necesidad de tomar en cuenta dos niveles para entender las dinámicas y el potencial en clústeres de PYMES en América Latina: las relaciones/gobernanza interna al clúster, y las relaciones/gobernanza externa, que remiten a la integración del clúster en *“global value chains”*. Al final, los diferentes niveles de gobernanza se complementan o se contradicen y se confrontan, es decir que la gobernanza de un sistema productivo local es el resultado de las interacciones entre dispositivos de gobernanza de diferentes niveles: sectorial/territorial; local/global,... Se considera en general que existe una jerarquía, que subordina la gobernanza local al poder de la gobernanza global; pero no es siempre así

La gobernanza remite entonces a un conjunto de formas de coordinaciones que se articulan alrededor de y para una finalidad común, más o menos explicitada. Puede basarse en una dinámica más territorial o sectorial. *“Como lo destaca Gilly y Pecqueur (1995), la gobernanza caracteriza « una estructura compuesta por diferentes actores e instituciones permitiendo de apreciar las reglas y rutinas que dan su especificidad a un lugar en cuanto a otros lugares y en cuanto al sistema productivo nacional que lo engloba ».* Están por lo tanto en juego las capacidades locales de

adaptación y los procesos de aprendizajes localizados que desembocan en dispositivos locales de cooperación que definen un espacio local de regulación. Desde ese punto de vista, un territorio es constituido de instancias colectivas, que resultan de cooperaciones locales alrededor de problemas considerados comunes y permiten la repartición de la renta asociada a los activos específicos territoriales (Pecqueur, 2001). Se puede decir lo mismo de los dispositivos reguladores de las cadenas productivas, que permiten en particular repartir las rentas colectivas de innovación. La noción de gobernanza remite a la configuración institucional de un espacio de regulación” (Allaire, 2002). Eso nos conduce entonces a interesarse al componente institucional de un sistema productivo local.

3.2.4.3 De la naturaleza institucional de un sistema productivo local

Si las actividades económicas, percibidas en su realidad cotidiana, aparecen como la agregación de actividades y estrategias llevados por actores individuales, un análisis más profundo muestra que esas acciones individuales son posibles sólo porque existen *acciones colectivas que las controlan, liberan y extienden*, según la definición que dio Commons (1931) de las instituciones (con la noción de “*working rules*”). Es necesario abandonar un individualismo metodológico estricto, que considera la dimensión colectiva como una red de individuo, una interacción entre actores “libres”, descontextualizados, para un enfoque más holístico, que “encastra” el actor en el espacio, el tiempo y un grupo social. Así la acción colectiva no debe entenderse solamente como “acción conjunta” (que remite a la noción de organización, o a la acción colectiva estructural), sino más bien en el sentido más general que le dio Commons, como instituciones. En este sentido, se puede retomar los aportes de North (1990) quien definió las instituciones como las reglas del juego de las relaciones humanas. Las instituciones proveen los modelos normativos y cognitivos que guían, incentivan y limitan las elecciones y acciones de los agentes (Théret, 2000). Para Polanyi (1944: 326), “*las instituciones son las encarnaciones de un sentido y de proyectos humanos*”. Constituyen el marco en el cual se encastran las acciones y estrategias de los actores. Las instituciones son implicadas en la asignación de recursos y los procesos de acumulación y de reproducción social y económica. De tal manera que se puede decir que el mercado es una institución, pero no es la única.

Se puede distinguir para el análisis entre las instituciones formales (leyes, normas, etc.) e informales (convenciones, hábitos, rutinas, valores, etc.) (Figura 20). También se puede diferenciar las macro-instituciones, o instituciones globales (normas internacionales y nacionales, leyes, etcétera.), generadas en un marco más amplio que el territorio, y las micro-instituciones, que son las instituciones locales, traducción local de las macro-instituciones o al contrario idiosincrásicas (por ejemplo las convenciones de calidades, los contratos formales o tácitos entre ganadero y quesero,

etc.). En este sentido, el anclaje territorial de un recurso es también un anclaje institucional, que remite en la interacción entre los actores, objetos y las instituciones locales.

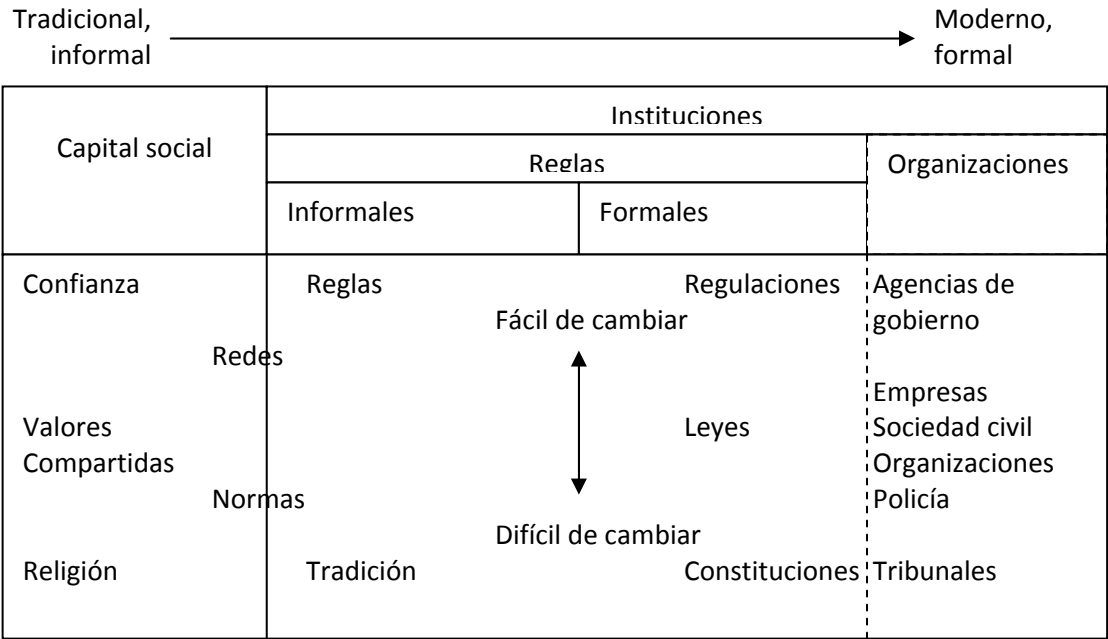


Figura 20: Normas sociales, reglas y organizaciones para la coordinación del comportamiento humano (World Bank, 2003)¹¹³

Para Di Méo (1985: 665), además de los tres niveles de apropiación del espacio (político, económico e ideológico), una formación socio-espacial (noción que se puede aplicar a los sistemas productivos locales) se caracteriza por un “sistema estándar de determinación de relaciones y prácticas sociales” y de “esquemas de percepciones y acciones propios a los individuos involucrados en la red local de relaciones socio-espaciales”; es decir por instituciones. Abdelmalki et al. (1996) vieron en la construcción territorial un reto para la apropiación de poderes, y la expresión de compromisos estabilizados. “El espacio es un reto de poder, y el territorio es un producto del poder” (Raffestin, 1982, citado por Bailly y Ferras, 1997: 122).

Interesarse al territorio implica cuestionar la noción de colectivo, de manejo colectivo (gobernanza, acción colectiva, juegos de poder,...), y por lo tanto conduce a reflexionar sobre las instituciones. “El territorio [no se asimila] a un continuum geográfico sino más bien a un espacio institucional donde el comportamiento de los actores es regulado por reglas que emanan de estas instituciones” (Muchnick, 1999: 6). Por lo tanto se debe hacer especial énfasis en las relaciones entre

¹¹³ Esta tipología ilustra la diversidad que recobra la noción de institución. No es ni exhaustiva, ni exenta de críticas; por ejemplo en cuanto a la distinción entre “tradicición” y “modernidad”, en la terminología empleada (el uso de la noción de capital social, etc.), y las categorías definidas. Muchas clasificaciones son posibles: según sus funciones, o su carácter público o privado. El interés principal de esta figura reside en la distinción entre instituciones en términos de formalidad y de aptitud al cambio.

actores, en las formas de competencia, coordinación, y cooperación, y a las reglas, formales e informales, que las enmarcan: leyes, normas, convenciones, contratos, rutinas, etc. y también los dispositivos cognitivos asociados (ideas, ideologías, saberes, flujos de información, aprendizajes). Si se puede hablar de una arquitectura institucional como un marco, un conjunto de reglas, las organizaciones¹¹⁴ se consideran como *“instancias o arenas en las cuales los individuos se relacionan y organizan en grupos para emprender acciones cooperativas y actuar como actores colectivos en el mercado [pero también afuera del mercado], por supuesto de acuerdo con las reglas contenidas en las instituciones existentes”* (Ayala, 1999: 64). Se tratan de empresas, redes, asociaciones, etc., cuya dinámica se inscribe en los incentivos y limitantes definidos por la arquitectura institucional. A su vez, los actores individuales y colectivos *“fabrican”* las instituciones al mismo tiempo que los utilizan (Hall y Taylor, 1997). Este proceso de formación interactivo de las instituciones refuerza el interés que se debe dar a la identificación y contextualización de las instituciones y de su formación.

3.2.4.4 Formación de las instituciones y evolución de los sistemas locales

Para los neo-institucionalistas, es sobre todo la eficiencia de las instituciones que rige su formación y permanencia (en la línea de la teoría de los costos de transacción.) Sin embargo, esta visión parece muy sesgada, frente a la complejidad de la realidad. La economía de las convenciones afirma que una institución, como filtro interpretativo, genera sus propios cambios. *“Las convenciones¹¹⁵ contribuyen a la estructuración de los comportamientos, simultáneamente por su afirmación o su deformación en la confrontación durante intercambios”* (Razanakoto, 2003:6). Se vuelven viables si son validados por una autoridad cultural (Estado, grupo de profesionales, etc.) o a través de los intercambios repetidos entre actores (establecimiento de una convención) (Hall y Taylor, 1997). Para la teoría de la regulación, *“las formas institucionales emergen de conflictos sociales y deben, a menudo, pasar por la esfera política y el reconocimiento por el derecho para tener un impacto sobre la dinámica económica”* (Boyer, 2003:4). De esta manera, las instituciones, como conjunto de reglas, deben pasar por procesos de socialización, aprendizaje y transmisión para ser viable (Ayala, 1999); lo cual implica a un espacio de deliberación, y a diferentes formas de coordinación (Estado, el mercado, las organizaciones y la sociedad civil). Este proceso de deliberación explica la variedad de los arreglos institucionales.

¹¹⁴ Para otros economistas institucionalistas, las organizaciones son un tipo particular de instituciones, definidas por una frontera concreta entre miembros y no miembros (Hodgson, 2007).

¹¹⁵ En la teoría de las convenciones, una convención es un mecanismo de coordinación que emerge para la resolución colectiva de una situación que no puede ser resuelta por una decisión individual; es un sistema de expectación mutua sobre las competencias y los comportamientos de los demás (Salais, citado por Razanakoto, 2003). Permite resolver los problemas de incertidumbre y asimetría de información, por ejemplo en cuanto a la calidad de un producto (Marescotti, 2000). Remite a reglas informales, referenciales comunes para interpretar las situaciones (y las reglas formales) y tomar decisiones, en el marco de una racionalidad procesal y de diferentes registros de justificación (Chavance, 2007).

La fuente del cambio institucional, de la formación de instituciones y de su perennidad es múltiple: eficiencia económica, voluntarismo, cambios del contexto (en las variables estructurales de desarrollo socio-económico por ejemplo, como la educación, la tecnología, etc.), conflictos, amenazas, juegos de poder, confrontaciones de estrategias (teoría de los juegos) y factores culturales. La emergencia, consolidación y transformación de las instituciones se pueden enmarcar en varias lógicas, entre cálculo racional y maximización, conflictos y relación de poder, y procesos cognitivos (Théret, 2000). Resultan a menudo de procesos de combinación e hibridación (Boyer, 2001; Boyer et Saillard, 2002), y se dan a diversas escalas, según el tipo de instituciones. A nivel local, un Sial, y en general un sistema productivo local, es una escala de formación de instituciones tanto sectoriales como territoriales. En la interacción entre actores y objetos, entre recursos, emerge una arquitectura institucional propia, en relación con el modo de gobernanza.

Para Abdelmalki *et al.* (1996: 178), *“el territorio es objeto de una creación colectiva y constituye un recurso institucional”*, un dispositivo de coordinación espacial resultante no intencionalmente de las elecciones de actores individuales: tiene en primer lugar una identidad institucional sobre la cual se funda su dimensión espacial. De esta manera la territorialidad remite a procesos institucionales localizados, donde territorio e instituciones están imbricados en una relación recursiva. Las instituciones son a la vez un recurso, en sí, y un elemento que interviene en la dinámica de los otros recursos (es la dimensión socio-institucional del recurso, véase Kébir, 2006). Las diferencias en término de desarrollo regional derivarían en parte de la aptitud de cada región de transformar de manera eficiente los recursos locales, aptitud con alto contenido institucional (Kirat y Sierra, 1996). Sin embargo, la dimensión material, la particularidad de los objetos embarcados en los diferentes recursos, vinculada en particular a las especificidades de los productos agropecuarios y alimentarios, debe ser considerada obviamente como un elemento clave.

El cambio institucional es central; puede causar a menudo problemas en el avance de proyectos de desarrollo (Poméon *et al.*, 2007b): las instituciones, como conjunto de reglas, deben pasar por procesos de socialización, aprendizaje y transmisión para ser viable (Ayala, 1999). Para Kirat y Sierra (1996:69), *“la apreciación de las potencialidades motrices de los SPL es (...) concomitante a la marcación de instituciones informales que sustentan la identidad del territorio en juego”*. En otros términos, la activación de los recursos territoriales no es siempre posible por la debilidad o la inadecuación del marco institucional. Para Abdelmalki *et al.* (1996: 188), refiriéndose a sistemas territoriales de innovación, la calidad de un marco institucional en un sistema territorial se evalúa a partir de: la estabilidad y regularidad de los comportamientos y relaciones; la existencia de aprendizajes técnicos colectivos; la capacidad de adaptación de las instituciones y la aptitud para el

aprendizaje institucional (en eco a la noción a la “eficiencia adaptativa” de North, 1990); y por fin la pertinencia de los modelos de innovación. Se considera entonces que la dinámica del territorio es inseparable de su naturaleza institucional, de las acciones colectivas, pero también de su interacción con las macro-instituciones.

Biénabe *et al.* (2004) concluyeron su estudio sobre la durabilidad de los Sial diciendo que mientras que la capacidad de desarrollo y de permanencia de los Sial es reforzada por sus logros en términos de innovaciones y de capacidad para adaptarse, les hace falta en general mecanismos para mejorar su capacidad de “autorregulación” para pretender al desarrollo perene de sus actividades. Las organizaciones profesionales recientes (inspiradas por el modelo “occidental”) tienen a menudo poca estabilidad cuando ocurren crisis, por ejemplo de superproducción (Biénabe *et al.*, 2004). Son menos institucionalizadas que las redes sociales y de identidad tradicionales (porque no generan el mismo nivel de coacción, reglas y sentido) y faltan de dispositivos de regulación (incluso sanción) eficientes. Roux y dos Santos (2006) hicieron una constatación similar: asociaron la fragilidad de un Sial con el bajo nivel de formación de los actores, la debilidad de la gobernanza local, y la escasa capacidad organizacional y de innovación. Cuando las instituciones son débiles (generando por lo tanto cierta incertidumbre), los empresarios a menudo prefieren protegerse por el secreto y el aislamiento (McCormick, 2003), en lugar de aliarse con otros y cooperar.

La acción colectiva, las instituciones y la gobernanza son entonces al centro de la trayectoria de desarrollo de un sistema productivo local, cualquier sea su naturaleza y su grado de cohesión. Son estas trayectorias de desarrollo que se analizan a continuación, destacando en particular las interacciones entre innovación, acción individual y colectiva influyen en la evolución de un sistema productivo.

3.3 Cambios, evolución y desarrollo de un Sial: factores y mecanismos

En este apartado, se profundizará el análisis de la evolución de los sistemas productivos localizados, a través en particular del encastramiento de la innovación en las dinámicas territoriales y la acción colectiva.

3.3.1 Del carácter territorial de la innovación

La innovación es un componente importante de la competitividad de una empresa o de un grupo de empresas, especialmente en la actual “era” de la economía del conocimiento¹¹⁶. La innovación puede ser de varios tipos (técnicas, comerciales, organizacionales e institucionales), y responde (en general) a problemas y necesidades encontrados por un individuo, una empresa o un grupo de individuos/empresas. Los principales tipos de innovación en el sector agroalimentario son (Bessière *et al.*, 2010):

El territorio constituye una base favorable para la innovación (creación y difusión) en el sentido que se forma a partir de un espacio de proximidades, geográfica y organizada, y una “cantera” (o conjunto) de recursos materiales e inmateriales potencialmente que pueden ser movilizados para los actores. En esta misma lógica, un Sial es un “laboratorio cognitivo donde se da lugar un proceso histórico de producción, circulación y selección de los conocimientos” (CIRAD-SAR, 1996: 9). En los trabajos Sial se ha enfocado el análisis de la innovación (tanto técnica como organizacional e institucional) en el marco del estudio de la trayectoria de desarrollo de un sistema productivo local, en particular vía la “activación” de los recursos territoriales, entendida como construcción colectiva de organizaciones e instituciones, para y alrededor del uso y (re)producción de los recursos territoriales.

3.3.2 Innovación y trayectoria de desarrollo: tipología de las dinámicas en sistemas productivos locales

Interrogar los procesos de construcción y valorización de recursos territoriales, las formas de coordinación, acción colectiva y gobernanza, la competitividad, etc. inserta el Sial dentro de la problemática del desarrollo, entendido como un proceso de mutación¹¹⁷, que afecta a un individuo o un colectivo (una empresa, una región, una nación,...). Como lo destacó Courlet (2001: 26), un SPL es “la traducción de fenómenos originales de desarrollo localizado”. Propuso “generalizar el concepto de

¹¹⁶ Véase por ejemplo la estrategia del Océano Azul sobre el potencial de la innovación y de la capacidad en ofrecer “novedades” (Chan Kim y Mauborgne, 2005).

¹¹⁷ Que sea a nivel económico, tecnológico, social, cultural, etc. Sin embargo se considera en general como un mejoramiento de las condiciones de vida y del bienestar, estrechamente vinculado con los ingresos monetarios y no monetarios.

SPL a cada modelo de organización de la producción basado en la presencia de economías externas y conocimientos no transferibles y sobre la introducción de formas específicas de regulación que identifican y protegen la originalidad de la trayectoria de desarrollo” (ibid.). Esa propuesta puede ser aplicada también a un Sial. La cuestión es de saber ahora cuales son las relaciones entre la configuración de un sistema productivo local, las ventajas pasivas y activas que lo caracterizan, y las dinámicas de desarrollo, entre desarrollo territorial y sectorial.

3.3.2.1 Tipologías de los SPL y clústeres

Se puede identificar en tres tipos de dinámicas territoriales, tres “momentos estratégicos” diferenciados por un gradiente creciente de anclaje territorialidad y de irreversibilidad (Pecqueur, 2000):

1. La **aglomeración**: en este caso, el territorio se caracteriza por una acumulación de actividades, sin que exista complementariedad (*a priori*) entre ellas. La concentración de personas y actividades origina economías de aglomeración de tipo externalidades pecuniarias. Las “canteras de empresas” son un ejemplo de este tipo de configuración de SPL.
2. La **especialización**: remite a un conjunto empresas similares o complementarias especializadas en una misma actividad. Más allá de las externalidades pecuniarias, se caracteriza por externalidades tecnológicas (capacitación, vigilia tecnológica, etc.), que favorecen la innovación, y por una mayor vinculación entre las empresas que en la dinámica de aglomeración.
3. La **especificación**: se trata de un caso de “especialización” particular, en el sentido que incluye el conjunto de instituciones de la sociedad, y no únicamente las empresas, en la génesis de formas de coordinación idiosincrásicas. Se caracteriza por la presencia de proximidad organizacional y por su flexibilidad en cuanto a la combinación de recursos para realizar las estrategias colectivas. Generalmente se dedican a la producción de un bien único, siguiendo procesos de producción similares, con una competencia inexistente o insignificante entre empresas. En esta categoría se encuentran *a priori* la mayoría de los SPL de productos con indicación geográfica.

Un SPL puede pasar de una dinámica a la otra. Entre la especialización y la especificación, el cambio es posible a través de acciones colectivas, implicando no solamente a los actores productivos sino también al sector público, académico, u otros. Hirczak (2007) mostró la originalidad de la dinámica de especificación, que asocia calidad territorial, valorización de los productos (gracias a una renta de calidad territorial) y del propio territorio (creación y reproducción de recursos territoriales,

etc.) en una estrategia global y sostenible de desarrollo local. Para Filippa (2002), sólo en el segundo y sobre todo el tercer caso se puede hablar de una dinámica sistémica, caracterizado por su unicidad, objetivos comunes y elementos que lo diferencian del exterior, en particular por los mecanismos de gobernanza y los modos de producción e intercambio. Por otra parte, esta tipología podría no contemplar todos los casos. En efecto, entre las dinámicas de aglomeración y de especialización, se puede hablar de “áreas de especialización”, que agrupan a empresas en el mismo rumbo o en la misma producción, pero sin que haya compartición de medios de producción u otros recursos. En este caso tampoco se puede hablar realmente de un Sial, dado que no hay formas de acción colectiva ni finalidades comunes explícitas; aunque de cierta forma, por compartir la misma actividad en un mismo lugar (y por lo tanto teniendo a su disposición unos recursos similares), estas áreas forman una especie de “proto-sistema” o de sistema productivo local de segundo orden, donde los vínculos son más implícitos, y dominados por la competencia. Un área puede ser activada, en el caso de producción agroalimentarias, en sistemas agroalimentarios localizados; dependiendo de la trayectoria de desarrollo que caracteriza tal área de especialización.

La dinámica de un SPL depende en gran parte de la esencia (competencia, cooperación, complementariedad, etc.) e intensidad de las relaciones entre sus diferentes componentes. Sin embargo las interacciones entre firmas no deben hacer olvidar la importancia de relaciones de esas firmas con actores externos. Por otra parte, esta tipología define diferentes estados, más o menos estabilizados. Debe ser complementada por una visión más dinámica, capaz de explicar cómo se llega a diferentes estados, con la noción de trayectoria de desarrollo.

3.3.2.2 Diversidad de las trayectorias de desarrollo en un SPL e interacción con su entorno

La trayectoria de desarrollo de un SPL se vincula en general con los procesos de innovación. Es de hecho una de las principales ventajas de esas formas de organización destacadas por los economistas, junto con las economías de aglomeración. Grandes cambios pueden provocar modificaciones radicales en la configuración del sistema y en su trayectoria de desarrollo, lo que Schmitz (1996) llamó “*virajes estratégicos*”. Como lo afirmaron Giuliani *et al.* (2005: 550), “*the key difference between the high and the low road to competitiveness is often explained by the different capabilities of firms to ‘upgrade’*”. Courlet (2001), apoyándose sobre los trabajos de Sengenberger y Pyke (1991) acerca de los distritos industriales, clasificó de la manera siguiente las principales trayectorias de desarrollo de un SPL:

- **La trayectoria baja (o estrategia de ruptura):** la estrategia de las empresas está orientada principalmente hacia la disminución de los costos de producción, basando la

competitividad del territorio en los precios bajos. Esto implica en general buscar la reducción de los costos de mano de obra, de investigación e inversión, y de los insumos y equipos. La calidad de los productos es de segunda importancia para los productores. A mediano y largo plazo, esa estrategia parece ineficiente puesto que desincentiva la especialización de la mano de obra (por condiciones de trabajo precarias) y la innovación. Es la trayectoria que domina en muchas cuencas queseras y lecheras mexicanas (Poméon *et al.*, 2007a).

- **La salida de lo local:** la introducción de nuevos productos o el acceso a nuevos mercados puede obligar a abrirse hacia actores externos. Nuevas redes se diseñan, parcialmente orientadas hacia el exterior del territorio. El sistema se reorganiza a partir de recursos y activos locales y externos. Luego estos elementos externos son internalizados y se vuelven componentes del sistema. En caso contrario, se asistes a una “invasión del SPL”.
- **La invasión:** un SPL puede atraer inversiones externas y revelarse incapaz de gestionar internamente las evoluciones y cambios necesarios. Pierde, total o parcialmente, el carácter territorial de su funcionamiento. Se puede hablar de “desterritorialización”, cuando las coordinaciones extra-territoriales suplantán a las territoriales. Es por ejemplo lo que ha pasado con la región productora de Tequila y la DO Tequila, dominada por algunas grandes empresas de capital extranjero.
- **La trayectoria alta:** esta vía remite a la creación de ventajas específicas, diferenciativas, como estrategia frente a las evoluciones de los mercados. Diversificación, calificación y especialización comercial son procesos vinculados a esta trayectoria. La innovación, tecnológica, organizacional y/o institucional, está al centro de las dinámicas del SPL y aseguran su perennidad, diferenciándolo. Es la vía que *a priori* presenta más ventajas (monopolización de un nicho de mercado, renta de calidad, etc.), pero también es la más difícil a desarrollar ya que se requiere un reforzamiento de las formas de coordinación, cooperación, y de la creatividad. Es la vía que se asocia en general (y *a priori*) con la dinámica de especificación de un SPL, por ejemplo vía la obtención de una IG.

Las trayectorias de “salida de lo local” e “invasión del SPL” hacen eco a lo que Boucher *et al.* (2004) calificaron de “*declusterización*”. Estudiando el caso de un Sial quesero en Perú, mencionaron este fenómeno como la resultante de la tendencia de los queseros a establecer relaciones individuales directas con supermercados fuera del clúster. Sin embargo al mismo momento, las acciones colectivas emprendidas entre los queseros locales y otros actores llevaron a reforzar la clusterización del Sial, evitando así su “invasión”. Los dos fenómenos (clusterización y declusterización) pueden entonces ser simultáneos, uno dominando sobre otro.

La tensión entre clusterización y declusterización, territorialización y desterritorialización, localización y de localización es un cuestionamiento permanente en la economía territorial. Otra alternativa para analizar tal tensión ha sido la diferenciación entre procesos de desarrollo endógenos y exógenos, interesándose a la articulación de la dimensión territorial con la problemática del desarrollo. Se habla de un desarrollo exógeno cuando un territorio, y las actividades que abriga, son sometidos a reglas y decisiones impuestas desde el exterior. La trayectoria del territorio no depende tanto de los actores locales, sino más bien de su capacidad a atraer inversiones y actores externos. El territorio constituye un recurso disponible para cualquier empresa, que decide de su localización en función de las ventajas competitivas que ofrece (es similar a la trayectoria de “invasión del SPL”). Esto favorece un desfase entre las actividades realizadas y el desarrollo local, puesto que los actores económicos dominantes no tienen un vínculo particular con el territorio: explotan los recursos territoriales, sin preocuparse de su creación o su renovación (Kébir, 2006). Si hay mejor oportunidad en otro lugar, deslocalizarán la actividad. Incluso la búsqueda de competitividad puede traducirse en externalidades negativas (contaminación, bajos ingresos, etc.) (Lamarche, 2003). El desarrollo exógeno caracteriza un territorio no autónomo; se habla de un territorio *heterónimo*, aplicando el concepto de A. Gorz a los territorios.

La noción de desarrollo endógeno fue propuesta por Stohr y Taylor en 1981¹¹⁸ (citado por Lamarche, 2003). Se basa en un desarrollo caracterizado por:

- Un dinamismo basado en el uso adecuado de factores de producción particulares, de recursos específicos locales (materias primas, capital humano, etc.).
- La inscripción territorial de las actividades productivas, y la construcción de una eficiencia económica territorial, a través procesos de coordinación y cooperación locales.

En lugar de tratar de atraer a empresas externas, se construye una base económica local; lo cual nos conduce a ubicar de manera preferencial nuestra reflexión sobre SPL y Sial dentro de las problemáticas del desarrollo endógeno. Aunque también sea posible que la trayectoria de desarrollo de un sistema local se oriente a una “salida de lo local” o “invasión del SPL”, o sea una “exogenización” de los procesos de desarrollo. Pero en este caso se trata al final de un proceso de decadencia y desaparición (parcial o completa) del sistema local.

A fin de cuentas, la trayectoria de desarrollo de un sistema productivo local se ubica siempre entre autonomía y *heteronomía*, entre cierre y apertura. Para Einsingerich *et al.* (2010: 251), “*sustained cluster performance will be contingent upon the capacity of members to reconfigure*

¹¹⁸ Stohr y Taylor (1981). Development above or below, Ed. Wiley.

relationships to meet the emerging demands of the market and to incorporate changes in technology”, y también enfrentar nuevas formas de competencias, nuevas reglas sanitarias, etc. Esta posición explica porque los Sial y los SPL en general no deben ser definidos como una alternativa a la globalización, sino más bien como una forma de respuesta que integra las coacciones/obligaciones que impone, en una lógica *glocal*. Explica también la diversidad de los Sial como forma de organización, como modalidades de coordinación. La necesidad de encontrar un equilibrio entre apertura y cierre “(...) *is likely to represent an enormous challenge for clustered firms, not least because the forces of path dependence and inertia are likely to be particularly strong among co-located firms*” (Eisingerich et al., 2010: 251), y explica porque parece que la trayectoria de los SPL, a largo plazo, es más marcada por la desaparición y la decadencia que el éxito y el crecimiento.

3.3.2.3 De la innovación a la activación

La noción de activación de un Sial se vincula con el manejo y la valorización colectiva de los recursos territoriales. “*Esta capacidad de activación de los Sial es un elemento clave que permite garantizar la perennidad del sistema y su capacidad de resiliencia [=resistencia]. Está vinculada a la presencia de saberes (saber-hacer, saber ser, saber vender,...) pero también con la presencia de un sistema de interacciones y de un sistema de aprendizaje entre actores que permiten los intercambios, la confrontación de nuevas ideas, la existencia de un proceso local de innovación, capaz de integrar nuevos elementos con el fin de hacer evolucionar los saber-hacer*” (Cerdan y Fournier, 2007).

La trayectoria de desarrollo de un Sial se relaciona con la activación colectiva de los recursos (o al contrario de su “no activación”). Las características de tal trayectoria no reside tanto en la no transferibilidad estricta de los saberes y otros recursos, sino más bien en la combinación particular entre saberes, redes de actores, productos, formas de proximidades y confianza, recursos naturales, etc. (o sea una combinación de recursos territoriales). Un Sial es activado mediante acciones colectivas, estructurales y funcionales, alrededor de la creación y/o movilización de recursos específicos.

La activación constituye de alguna manera la finalidad propia de un Sial, y se basa en un modo de gobernanza específica (territorial y/o sectorial) que permite el ajuste de las diferentes estrategias. Ese proceso de activación puede tomar múltiples formas organizativas e institucionales, y articularse alrededor de una gran diversidad de objetivos comunes: creación de una organización de productores o de un sindicato interprofesional, obtención de un sello de calidad (indicación geográfica, marca de certificación, marca colectiva, etc.), proyectos de agroturismo, construcción de un punto de venta común, innovación en productos o procesos, expansión del mercado, etc.

Correa (2004) propuso también una tipología de los niveles de activación Sial. Se apoyó principalmente en cuatro series de indicadores: relaciones entre actores (especialmente agricultores y/o procesadores); participación de los actores en las asociaciones; imagen de los productos del Sial; nivel de acción colectiva. Esta clasificación se asemeja a la de Mac Cormick (2003) para los clústeres en África, en función del conjunto de ventajas pasivas y activas que caracteriza cada clúster. La clasificación del nivel de activación refleja la dinámica de un sistema agroalimentario localizado, en sus puntos fuertes y débiles. Sin embargo, el nivel de activación debe ser insertado en un contexto histórico, para tener una comprensión más fina de las trayectorias de desarrollo que caracterizan un Sial; lo que conduce a la noción de “ciclo Sial” (Boucher, 2004).

Los procesos de innovación (tecnológica, organizacional o institucional) hacen posible el salto cualitativo de una etapa a la otra en el ciclo Sial, a través de una progresión de la dimensión colectiva del Sial y la noción de sendero o trayectoria de desarrollo (Figura 21; Figura 22). Boucher (2004) destacó en particular la importancia de amenazas como detonador de procesos de activación: competencia de otros productos y/o productores que desplazan los actores locales del mercado, consecuencias socioeconómicas de políticas de ajuste neo-liberal, etc. Puede también tratarse de amenazas relacionadas con la pérdida de identidad, con la destrucción o la desapropiación del patrimonio colectivo natural y cultural (Requier-Desjardins, 2007b). Para Fourcade *et al.* (2005), la activación de un SPL puede ser reactiva (en reacción a un cambio) o proactiva (por anticipación). Las razones que conducen a los actores a reaccionar o anticipar pueden ser del orden mercantil como no mercantil, o a menudo una combinación de ambos tipos de motivaciones; es en general el caso en los procesos de calificación y valorización de productos tradicionales, para los cuales se combinan a menudo motivaciones mercantiles e identitarias.

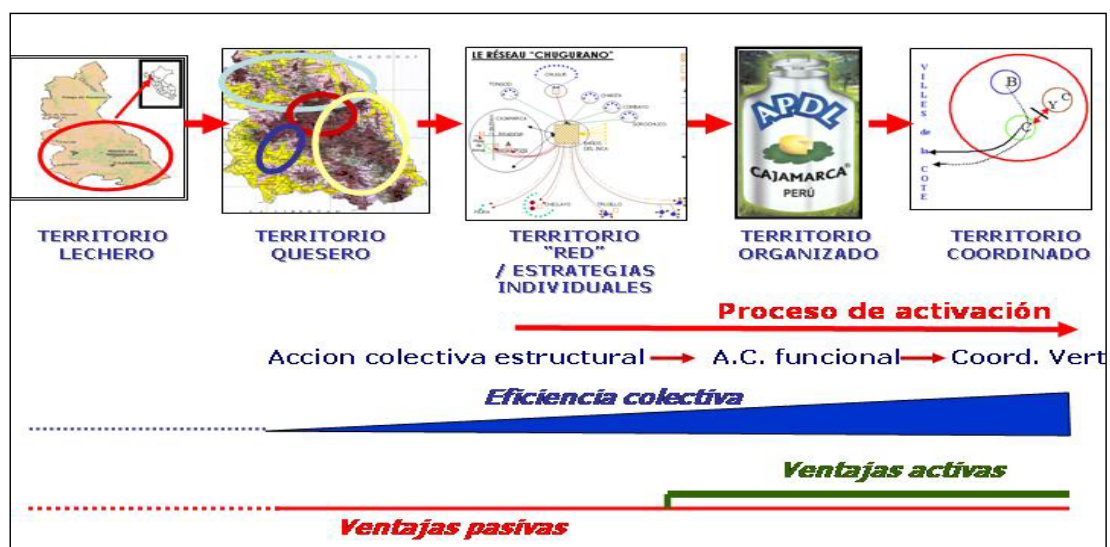


Figura 21: la trayectoria de desarrollo del Sial de Cajamarca (Boucher, 2006a)

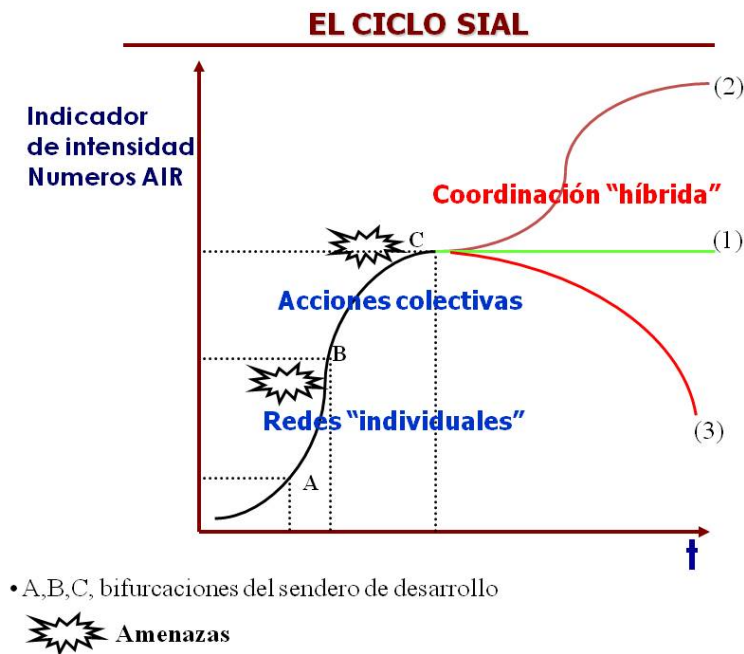


Figura 22: El ciclo del Sial de Cajamarca (Boucher, 2009b)

A través por ejemplo de una extensión de los mercados, de la valorización de la calidad de los productos o de la puesta en común de la formación profesional, la activación remite a la búsqueda de una mejor competitividad e integración de los actores de un sistema productivo local en las cadenas productivas globalizadas (en este sentido se relaciona con un proceso de *upgrading*). Por lo tanto el enfoque Sial ha sido visto como un instrumento para los programas de lucha contra la pobreza y desarrollo, en particular en zonas marginadas de países en desarrollo (donde se hicieron la mayor parte de los estudios Sial). Sin embargo, el desarrollo y la activación de un Sial no son sistemáticamente sinónimos de lucha contra la pobreza y las desigualdades (Requier-Desjardins, 2004a).

La activación remite entonces a un conjunto de acciones, individuales y colectivas (en sus dimensiones organizativas e institucionales), que enmarcan la trayectoria de desarrollo de un sistema local. Depende de los comportamientos y estrategias de los actores productivos, pero también de otros actores que los acompañan de diferentes maneras, en particular del sector público. En efecto, el sector público puede influir de diferentes formas, directamente (a través de apoyos, subsidios, infraestructuras,...), o indirectamente (a través de su capacidad de creación institucional: leyes, normas; y facilitando un "ambiente" más o menos favorable a las inversiones: seguridad, justicia,...).

Si la activación se ha planteado como un proceso positivo, "deseable", hay a menudo muchos obstáculos para que se dé. Además, remite a procesos complejos e inciertos, por lo cual no se basta decidir "activar" para lograr impulsar una trayectoria de desarrollo endógeno en un territorio. El

resultado de los esfuerzos llevados por diferentes actores (productores, agentes de desarrollo, funcionarios, académicos, u otros) es a menudo diferente de lo previsto.

3.3.2.4 Indeterminación en la activación de un Sial

Más allá de objetivos bien determinados, de una causalidad lineal simple, la complejidad contigua al carácter sistémico del Sial hace que la activación sea un proceso difícilmente previsible en cuanto a sus implicaciones y consecuencias. De hecho parte de las visiones y estrategias de los actores no se revelan claramente hasta que emergen en la acción colectiva. En este sentido la metodología Sial de intervención remite a un acompañamiento continuo, más que en intervenciones puntuales: más que un proyecto, la activación es un proceso. Como lo afirmó Geslin (1999), *“no hay esquema. Lo que queremos hacer es “a medida” en cuanto al territorio en el cual se interviene”*. La investigación y acción para el desarrollo deben ser integradas, con la participación de los actores.

A fin de cuentas es necesario enfocar lo que realmente puede ser abordado colectivamente, siendo apto para agregar a los individuos y federarlos alrededor de una finalidad común; lo que requiere también a menudo de la presencia de un líder, de una forma de liderazgo reconocido y activo. Por lo tanto los arreglos organizacionales e institucionales conformados en las interacciones e interdependencias entre actores, tienen un papel central. Se debe fomentar la emergencia de “coaliciones” para el desarrollo local, implicando colectivamente a los diferentes actores y responsabilizándolos individualmente (por ejemplo con sanciones, incentivos, como costos de entrada y salida elevados). Una mayor coordinación y proximidad entre los actores puede tener varios efectos positivos: disminución de los costos de transacción, mayor capacidad de innovación, generación de identidad colectiva como recurso, mayores intercambios y aprendizajes, etc. Pero la construcción de tales coaliciones, lejos de ser un proceso bien determinado, es un proceso complejo, y de larga duración.

A fin de cuentas, los trabajos sobre SPL y en particular sobre Sial han sido objetos de varias críticas por ser modelos idealizados de casos exitosos de desarrollo territorial endógeno. Las relaciones entre recursos y activos, o sea el proceso de activación de los recursos, ha sido visto a veces como algo mecánico, lineal. La realidad es a menudo más compleja, y estamos en muchos casos más en situaciones de áreas de especialización que de Sial activado. Por lo tanto, retomando los aportes de los trabajos sobre SPL y Sial, parece importante tratar de enriquecerlos con otros elementos, lo cual conducirá después a ver como se articulan con la problemática de la calificación de productos tradicionales locales.

3.4 Replantear lo colectivo en economía: articulación de la noción de patrimonio con los Sistemas Agroalimentarios Localizados

3.4.1 Algunos elementos de críticas acerca del enfoque Sial

La construcción del enfoque Sial se ha cruzado con las investigaciones sobre el desarrollo: desde el Sial como forma de organización económica localizada, enfocado en las estrategias organizacionales e institucionales, se llegó al Sial como un conjunto de temáticas, con una definición es bastante difusa, en torno a *“modelos de desarrollo agroalimentario basados en la valorización de los recursos locales más respetuosos del medioambiente, más atentos a la diversidad y a la calidad de los productos agrícolas y alimentarios, más preocupados por las dinámicas de desarrollo local y los nuevos desafíos del mundo rural”*¹¹⁹ (Muchnik, 2006). El enfoque Sial ha alimentado nuevas metodologías para el desarrollo: Boucher (2009b) lo asoció a un método de acompañamiento para proyectos y políticas de desarrollo; y Muchnik *et al.* (2008) a instrumentos de políticas públicas. No es entonces sorprendente que sea movilizado en formaciones y capacitaciones para profesionales implicados en el desarrollo (actores de organismos públicos, de ONG, expertos, etc.)¹²⁰.

Sin embargo, el Sial no genera desarrollo en sí: no hace nada en sí, puesto que no es un actor. Como sistema, es una forma de organización económica territorial, cuya particularidad se expresa en trayectorias propias de desarrollo, que pueden ser positivas, virtuosas, o no. Por su parte, el desarrollo local puede ser analizado a la vez como una finalidad que articula el Sial-forma de organización, y como la resultante de la dinámica que lo anima. Pero la relación entre desarrollo y Sial es compleja, e implica muchos elementos materiales o no, humanos o no. Se inscribe en relaciones de causalidad no lineales, sino recursivas y multifactoriales.

Una de las críticas recurrentes es que el enfoque Sial se limitaría a algunas “success stories”, en particular en torno a productos de calidad (tipo indicación geográfica), y no abrazaría la diversidad de los vínculos entre cadena productiva y territorio. Perrier-Cornet (2009) destacó varios aspectos no abordados: localización y eficiencia económica, estrategias territoriales de las grandes empresas, “generización” de recursos específicos territoriales¹²¹, etcétera. Falta para él la construcción de hipótesis verificables y métodos, para ir más allá de una colección de estudios de casos y aprovechar

¹¹⁹ Véase por ejemplo la gran diversidad de temáticas y sub-temáticas de los trabajos presentados en el último congreso de la red Sial en Mar del Plata, Argentina, en 2008, que dio lugar a 222 ponencias repartidas en 5 ejes temáticos, entre ellos uno denominado específicamente “Sistemas Agroalimentarios Localizados”.

¹²⁰ Véase la declaración de Toluca, en el congreso Sial 2004, que destaca la formación de competencias humanas como uno de los retos mayores para el enfoque Sial.

¹²¹ Perrier-Cornet mencionó el caso de la producción de vino, con la difusión de recursos específicos de los viñedos más prestigiosos, franceses en particular, hacia el resto del mundo: variedades de uvas, métodos de elaboración, etc.

la riqueza de la información recolectada. Touzard (2007) confirmó este límite: muchos trabajos Sial son descriptivos, limitados a una descripción de la cadena con referencias territoriales. Además se puede cuestionar la evolución conceptual del enfoque, que parece depender más del contexto que de un proceso de cuestionamiento científico. Estos problemas se suman a las críticas generales que se hacen a los enfoques territoriales (SPL, clústeres, etc.): ¿a partir de cual nivel de interacción e interdependencia se puede hablar de un Sial? ¿Cómo delimitarlo (región administrativa, territorio de proyecto, región natural,...)? ¿Cuáles es la relación entre el tipo de proximidad (geográfica, organizacional,...) y sus efectos (positivos) y las diferentes escalas posibles en las cuales se aplica (una ciudad, una región, etc.) (Fournier y Muchnik, 2010)? Además, se tiende a idealizar las formas de organización territorial, ocultando los efectos negativos de la aglomeración y especialización regional, y la posibilidad de movilizar otros instrumentos de análisis y de políticas de apoyo para la competitividad y el desarrollo.

De manera general, para contestar a las críticas, varias vías pueden ser exploradas en la víspera de una consolidación conceptual, en base a diferentes enfoques y corrientes:

- Movilizar el enfoque de *global value chain* (gobernanza, *upgrading*, relación con el exterior,...); estudiar procesos de clusterización/declusterización (Boucher *et al.*, 2004).
- Muchnik *et al.* (2007) se remitieron a la sociología económica (sobre redes en particular), la economía neo-institucional, y la agricultura comparada.
- Touzard (2007) expuso un programa ambicioso, basado en la sociología económica de White y su marco interaccionista. Definió el Sial como la combinación en una escala espacial de interacciones (redes), instituciones y conocimientos compartidos.
- Estimaciones de los costos y beneficios de la acción colectiva (lo que remite a los trabajos de Ostrom y otros sobre *Common Pool Resources*), y evaluación de los activos territoriales (precios hedonistas, evaluación contingente,...) (Muchnik *et al.*, 2008).
- Analizar la articulación individual/colectivo, en particular alrededor del control de los recursos territoriales y la construcción de dispositivos de apropiación de esos recursos, entre exclusión y asimetrías, solidaridad/ciudadanía local y conflictos; determinación del valor y de la naturaleza económica de los recursos específicos; analizar el territorio como un patrimonio, como un bien colectivo complejo (Linck y Bouche, 2008; Landel y al., 2009).
- Movilización de las teorías de costos de transacción (eficiencia), de bienes de club (tamaño del grupo, oportunismo), de proximidades y capital social; análisis de los sistemas de renta (renta de calidad, de monopolio, etc.) (Perrier-Cornet, 2009)

- Para Fournier y Muchnik (2010), el Sial, como el SPL, no es ni un concepto ni una teoría, sino una postura constructivista para analizar el papel de la proximidad (en sus dimensiones geográficas pero sobre todo organizadas) y de la acción colectiva (en particular en torno a la noción de organización socio-territorial), la dinámica de los recursos territoriales, y el anclaje territorial de una cadena productiva (agroalimentaria). Los análisis y políticas de apoyo en relación con los Sial no son por lo tanto generalizables.

Se insistirá a continuación en dos vías para consolidar el enfoque Sial y al mismo tiempo abrir nuevas perspectivas para su movilización: integrar la reflexión Sial en la economía institucional y patrimonial, para analizar la articulación entre acción individual y acción colectiva, y destacar la relación recursiva entre el territorio y la cadena productiva que fundamenta la noción de anclaje territorial.

3.4.2 Anclaje territorial, encastramiento y Sial

La noción de territorio se utilizará como un conjunto de recursos territoriales, entendidos como relaciones entre actores (o cadena productiva) y objetos, o entre actores, enmarcadas en diversas instituciones (reglas, convenciones, rutinas, etc.) que constituyan ellas-mismas un tipo de recursos. Estas relaciones se inscriben en el tiempo y el espacio, y enmarcan las actividades de producción, intercambio y consumo. En los términos de la economía de las proximidades, el territorio es un espacio social cuyo esqueleto, estructura, remite a las proximidades geográficas, organizacionales e institucionales (Pecqueur y Zimmermann, 2004), que confiere al territorio y a las dinámicas económicas encastradas cierta estabilidad. Es la identificación de las formas de proximidades implicadas en los recursos territoriales, en las relaciones, que permite delimitar espacial y socialmente un Sial. El análisis de la proximidad es particularmente relevante para estudiar las dinámicas espaciales y territoriales (en su dimensión colectiva e individual) en el sector agroalimentario, en particular en torno a los procesos de calificación territorial de los alimentos (Torre, 2000).

Dentro de este espacio de proximidad, la (re)producción y uso de los recursos territoriales (es decir su apropiación) dependen de un conjunto de condiciones y factores: estructuras de poder (lo que remite al campo político), arreglos institucionales y sistemas de representaciones y conocimientos (es decir dispositivos institucionales y cognitivos), constriñas y dispositivos técnicos, y motivaciones utilitaristas (maximización de la utilidad; que en los enfoques neo-clásicos se considera como el único factor y motivo de la acción).

Frayssignes (2005) describió el territorio a partir de su relación dual con los actores: es objeto de un proceso intencional y estratégico de anclaje (alrededor de la (re)producción y uso de recursos materiales e inmateriales), y de un proceso no-intencional de “encastramiento” (*embeddedness*¹²² en inglés) de los agentes económicos en un territorio que impone sus reglas, representaciones,... (Figura 23). Un territorio no es entonces una simple suma de individuos interconectados, sino que es una entidad colectiva que se impone a los actores, que al mismo tiempo le dan forma por sus acciones individuales y colectivas. Así la relación entre actividad económica y territorio se basa en una causalidad recursiva, donde ambos se comodelan de manera dinámica.

Esta visión se inscribe en la línea de los trabajos sobre el encastramiento de las actividades económicas en las dinámicas sociales, ecológicas y culturales; que Bowen (2008) resumió con el término de “encastramiento territorial”. Esta noción ha sido movilizada en particular en trabajos sobre los sistemas productivos agroalimentarios, y especialmente en torno a producciones tradicionales locales. El encastramiento no es espontáneo, sino que se construye, se mantiene y se deshace, en el marco de las relaciones (cooperativas y conflictivas) entre actores, no solamente locales pero también extra-locales. Existen diferentes niveles y calidades de encastramiento, que pueden evolucionar en el transcurso del tiempo (reforzarse, o al contrario reducirse). Al relacionar una cadena productiva y un territorio, se considera la escala territorial como adecuada para analizar el desarrollo como un proceso endógeno y localizado, y elaborar políticas de apoyo adecuadas. Sin embargo, la territorialidad, el anclaje territorial de una cadena productiva (tanto intencional como no intencional), la importancia de la variable “territorio” y su pertinencia para caracterizar una actividad económica y/o social, serán más o menos fuerte según los Sial. De esta manera, se puede identificar diferentes modos de gobernanza que actúan simultáneamente, territorial o sectorial, global o local, e impactan en relación con la trayectoria de desarrollo de un Sial.

¹²² El concepto de “*embeddedness*” o encastramiento ha sido desarrollado en el marco de la sociología económica, para significar que el mercado, las relaciones mercantiles, debían considerarse como encastrada en la sociedad (con sus dinámicas sociales, políticas, culturales, etc.). Polanyi (1944) fue el primero en utilizar ese concepto. Granovetter (1985) retomó esa noción de encastramiento para mostrar que las relaciones mercantiles estaban encastradas en las redes sociales. Por su parte, Zelizer (1992) mostró la compleja relación entre mercado, cultura y redes sociales, excluyendo la idea de un mercado “todo poderoso”, liberado de su encastramiento. Al contrario, un mercado (y la formación de los precios) es una construcción social, instituido en relación con las dinámicas sociales y culturales.

Las consecuencias del encastramiento territorial de una actividad económica (o de una cadena productiva) son variables, en función de sus características y de las bases en las cuales se estableció. No es sinónimo de una situación de “armonía” entre una cadena productiva y un territorio y de una trayectoria de desarrollo virtuosa y equitativa para todos, sino que significa que ambos interactúan, positiva y negativamente. Por ejemplo, además de la inscripción de una cadena productiva en las proximidades y relaciones de confianza, refleja también su inserción en las asimetrías de poder y relaciones de fuerzas que caracterizan un territorio. Así, el encastramiento puede conducir a un reforzamiento de las elites locales; incluso los recursos territoriales pueden ser apropiado, manipulado y aprovechado por actores extra-locales, que buscan por ejemplo controlar nichos de mercado (cf. el caso del Tequila; Bowen, 2008). Estas constataciones son particularmente destacables en el caso de Sial que se articulan alrededor de la calificación y valorización de un producto local, donde las definiciones y concepciones de lo “local” y de la “calidad” reflejan diferentes formas de concebir y movilizar el encastramiento.

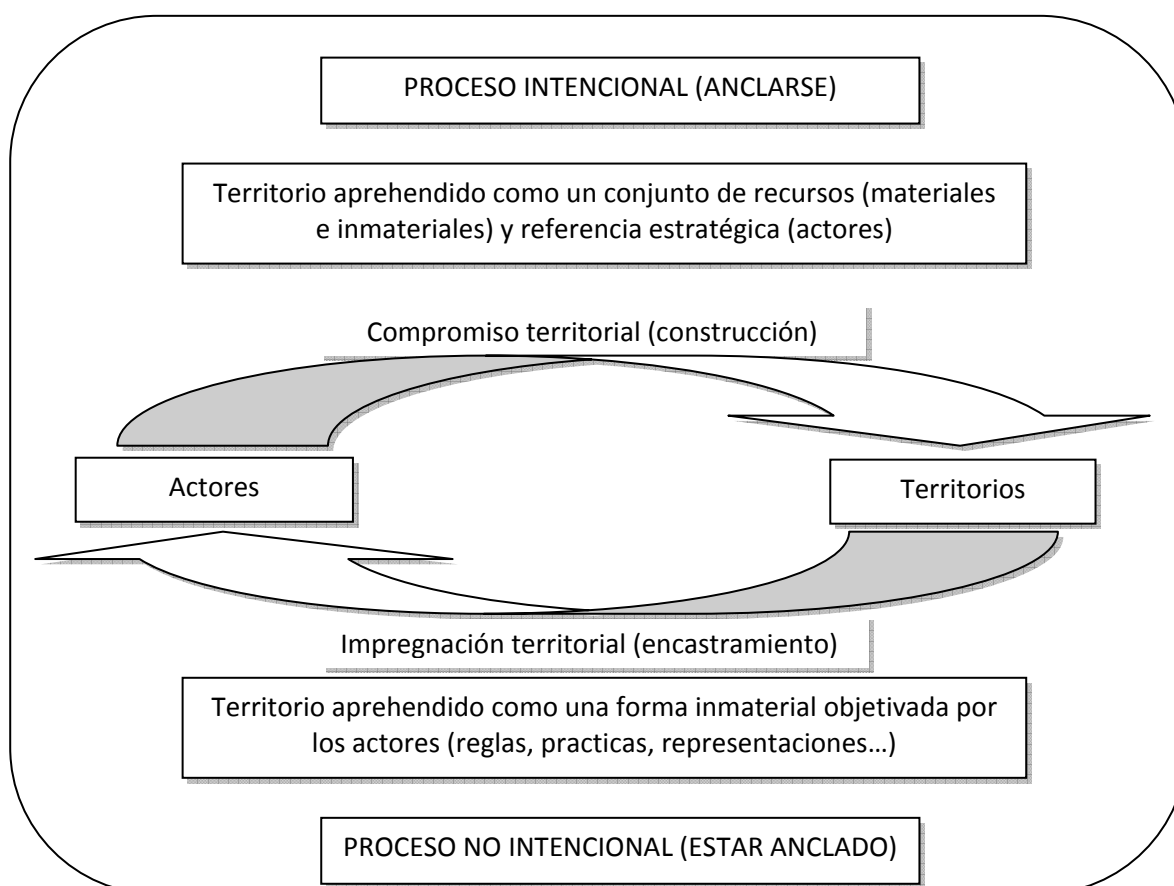


Figura 23: El proceso de anclaje territorial – propuesta de un modelo (Frayssignes, 2005)

Un Sial debe siempre estudiarse en una perspectiva dialéctica, con sus múltiples expresiones: local/global, gobernanza territorial/sectorial, desarrollo endógeno/exógeno, autonomía/heteronomía, territorialización/desterritorialización, cierre/apertura,

clusterización/declusterización. La lógica “*glocal*” no puede resumirse en una oposición entre global y local, como dos alternativas o modelos herméticos, sino que remite a un dialogo permanente entre dos dimensiones, entre dos escalas. En tales condiciones, el Sial constituye un enfoque heurístico, un método de investigación más que una teoría en sí.

A fin de cuentas, el territorio, en su relación con una cadena productiva, se debe considerar desde la doble perspectiva del anclaje, intencional y no intencional (Figura 23). De un lado, es un recurso, un potencial revelado, construido y movilizado por los actores en sus actividades económicas y sociales. Es una combinación de objetos, actores y relaciones que se ajustan en procesos con diferentes finalidades (producción de un bien, etc.). El Sial resulta entonces de la puesta en marcha de esos elementos y procesos, de su combinación en formas de organización y trayectorias de desarrollo idiosincrásicas. El territorio es por otro lado el marco en el cual se proyectan los compromisos y consensos económicos, políticos e ideológicos, que resultan de la confrontación de intereses, valores, poderes y estrategias diferentes; a su vez esos compromisos y consensos influyen a los actores en sus representaciones, estrategias y comportamientos. El territorio es un espacio relacional, un conjunto de regularidades e identidades (Touzard, 2007), un marco institucional y cognitivo, donde se confrontan varias identidades (en el sentido que le da H. White) que buscan la hegemonía para el acceso y control de los recursos. La actividad económica requiere la emergencia de consensos suficientemente estables para que se establezcan modos de producción, intercambio y consumo más o menos perennes, que a su vez van a modelar el territorio, en una relación de causalidad recursiva y cumulativa. El interés del enfoque Sial es entonces proponer un modelo heurístico para analizar el encastramiento dinámico de una cadena productiva en un territorio como sistema, en una interacción permanente con otras escalas, nacionales y globales. La apropiación de los recursos territoriales por los actores es enmarcada por dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos locales, y estos recursos forman un patrimonio colectivo por los actores. Es a través del concepto de patrimonio que se vinculará las nociones de Sial y de calificación territorial de los productos alimentarios.

3.4.3 Los Sial desde la perspectiva patrimonial

La noción de patrimonio ha sido objeto desde varios años de un interés renovado destacable, en diversas disciplinas de las ciencias sociales (geografía, antropología y economía, entre otras). Fue en particular en el marco de la geografía económica, y de la economía territorial, que se elaboraron varios análisis alrededor del concepto de patrimonio, atestiguando de su valor heurístico para abordar los vínculos entre actividad económica, territorio y desarrollo. Constituye un concepto

analítico complementario para analizar la dinámica de los Sial, y de los productos tradicionales locales, considerados como una forma de patrimonio colectivo.

3.4.3.1 Algunos fundamentos sobre la noción de patrimonio

Para los geógrafos, existe cierta cercanía conceptual entre las nociones de territorio y patrimonio (François *et al.*, 2006; Linck, 2006; Di Méo, 1994, citado por Landel y Senil, 2009). Para Colletis y Pecqueur (2004: 10), el territorio, en calidad de espacio de proximidad, alude a un “*patrimonio local (...) constituido por la memoria de las situaciones de coordinaciones anteriores exitosas, por la confianza entre los actores que resulta, así como por recursos cognitivos específicos virtualmente complementarios (susceptibles de ser combinados para resolver problemas productivos futuros)*”; permite “*(...) la coordinación de los actores, la convergencia de las estrategias individuales y la instauración de un clima de confianza*” (*ibid.*) y por lo tanto la activación de los recursos territoriales y su especificación. Territorio y patrimonio se refieren ambos a una dinámica de construcción social, a la vez material y semiótica (relacionada con la identidad), que hace del espacio apropiado un territorio, y del objeto apropiado un patrimonio (Raffestin, 1980, citado por Landel y Senil, 2009). En ese sentido, se puede considerar que un recurso territorial, tal como lo hemos definido a partir de los trabajos de Kébir (2006), es una forma de patrimonio. De hecho François *et al.* (2006) hicieron un paralelo entre el proceso de apropiación de un recurso (latente > revelado > valorizado > activo) y el proceso de patrimonialización¹²³ (selección > justificación > conservación > exposición > valorización): ambos permiten conjuntar un crecimiento económico y la (re)producción de los recursos territoriales (en particular inmateriales). Para Billaudot (2004) y Billaudot y Colletis-Wahl (2006), los recursos patrimoniales de una organización o de un territorio, su “patrimonio social”, son constituidos por recursos-externalidades y recursos-productos libres, tratándose esencialmente de conocimientos. Retomando los trabajos de Giddens, diferenciaron los recursos de asignación (que sirven en las actividades de producción y consumo) de los recursos de autoridad (que sirven para la comunicación, para las actividades relacionales), ambos formando el patrimonio de un territorio.

La corriente de la economía patrimonial (o economía del patrimonio) emergió a principios de la década 2000, en particular a partir de los trabajos del “grupo de Reims” (Barthélémy y Nieddu, 2003, 2004, 2007; Barrère *et al.*, 2004, 2005; Barrère, 2003, 2007; Nieddu *et al.*, 2009) y otros investigadores (Billaudot, 2004; Billaudot y Colletis-Wahl, 2007; Linck, 2007; Du Tertre, 2007; Petit, 2009; Petit y Romagny, 2009; Requier-Desjardins, 2009). Se apoyaron en particular en la noción de patrimonio para plantear un modelo teórico alternativo al paradigma neo-clásico. Reclamándose de la tradición de la economía institucional, y en particular del “viejo” institucionalismo (Commons,

¹²³ La patrimonialización es el proceso que instituye un objeto (tangible o intangible) en patrimonio.

Veblen, Polanyi, etc.), partieron de la idea que el mercado es una institución económica entre otras, encastrado en la sociedad, en un “orden social”, con sus dimensiones sociales, políticas, jurídicas y cognitivas. Se interesaron en el análisis de la dualidad mercantil/no mercantil de la economía, calificando la dinámica no mercantil de “patrimonial”. La economía patrimonial plantea que la relación mercantil (por naturaleza a-temporal y a-personal) sólo es posible porque se enmarca, se encastra en un contexto, una estructura espacio-temporal, que delimita las acciones posibles: establecer un precio, evaluar los impactos de tal mercado o de tal política, medir la calidad de un bien, protegerse de los comportamientos oportunistas en una transacción, etc. son elementos que requieren un marco suficientemente estable, con criterios y procedimientos establecidos. El enfoque patrimonial permite abordar el anclaje y la producción y reproducción de objetos colectivos involucrados en la relación mercantil (y que no son provistos por el mercado tal que lo definen los neo-clásicos, ni por ningún “mano invisible”) (Barrère *et al.*, 2005). A su vez, los objetos y valores patrimoniales pueden ser implicados en una valorización y transacciones mercantiles.

Se pasó de una noción jurídica del patrimonio individual, como un stock de capital (Barrère *et al.*, 2005), a una noción del patrimonio en relación con la identidad, la conservación y la transmisión, que remite a un concepto colectivo del patrimonio (patrimonio local, patrimonio nacional, patrimonio de la humanidad) incluyendo elementos tangibles (por ejemplo el patrimonio natural: agua, bosques, paisajes, etc.) e intangibles (el patrimonio cultural por ejemplo: música, gastronomía, etc.). El patrimonio ha sido definido como un “conjunto de elementos simbólicos y materiales que hacen que una comunidad humana sea inscrita en el tiempo y el espacio” (Nieddu *et al.*, 2009: 2), como un conjunto de activos materiales e inmateriales, instituido como patrimonio a través de instituciones dedicadas, y transmitido por el pasado (Barrère *et al.*, 2005). Ollagnon (2005: 190) por su parte lo definió como “conjunto de elementos materiales e inmateriales centrados en el titular, que participa a mantener y desarrollar su identidad y su autonomía por adaptación en el tiempo y el espacio a un universo evolutivo”. Un grupo humano, que sea un grupo profesional (los agricultores por ejemplo, véase en Barthélémy, 2005), una organización o un grupo territorial (Billaudot, 2004), necesita reproducir su identidad, sus recursos y medios de subsistencia y de producción. Para eso, el grupo debe apropiarse y asignar ciertos recursos, para afirmar y mantener la identidad de un grupo social en el tiempo y el espacio (Barthélémy *et al.*, 2005: 141).

El patrimonio es entonces un conjunto de elementos tangibles e intangibles, un “estado de cosas” (naturaleza, cultura, seguridad alimentaria, paisaje, etc.) producidos y reproducidos fuera del mercado, pero necesario al mercado para que funcione (Barthélémy *et al.*, 2005). No es reducible a

un capital, a pesar de que se haya tratado a menudo de reducir el patrimonio a un capital¹²⁴ (Barrère *et al.*, 2005). Aun el patrimonio individual se somete a reglas colectivas, y tiene en ese sentido una dimensión colectiva; como lo planteó Commons, la cuestión de la propiedad, del “*ownership*”, no debe ser vista como una relación entre un objeto y un actor, sino más bien una relación entre actores en torno a los derechos individuales y/o colectivos sobre un objeto (uso, alienación, etc.).

El enfoque patrimonial ha sido movilizado en diferentes perspectivas para entender la dinámica: de las externalidades y acciones colectivas en un distrito industrial, y de “dependencia del sendero” en relación con un “patrimonio institucional” (véase por ejemplo de North, 1990, que compara las trayectorias de desarrollo en EE.UU y América Latina) (Barrère, 2005); de los saberes y conocimientos (Nieddu, 2005; Du Tertre, 2007); de las externalidades y de la proximidad (Billaudot, 2004; Pecqueur y Colletis, 2004; Billaudot y Colletis-Wahl, 2006; Du Tertre, 2007); de la multifuncionalidad y del encastramiento de la economía (Barthélémy y Nieddu, 2003, 2004, 2007), de la valorización del patrimonio, entre valor de existencia y valor de uso y de desarrollo y entre soportes patrimoniales y servicios patrimoniales (Greffé, 1999, 2003); de los recursos naturales colectivos (Linck, 2007; Petit y Romagny, 2009); de la relación entre territorio, identidad y calificación de los productos (Hirczak, 2007; Linck, 2008; Requier-Desjardins, 2009); etcétera.

A fin de cuentas, la idea principal de la movilización del patrimonio en economía es restablecer el vínculo entre lo económico y lo político; y destacar la importancia de la dimensión identitaria, de la continuidad entre el ser y el tener, y de “*una relación con el pasado concebida en función de los retos futuros y de las condiciones presentes*” (Micoud, 2005). Es una manera de concebir la noción de encastramiento del mercado, la pluralidad de sus fundamentos y dinámicas, y de enfocarse en su irreductible dimensión colectiva. Tiene un gran valor heurístico, que dio lugar a múltiples aplicaciones teóricas y empíricas. Pero esa multiplicidad puede causar confusiones, y muestra la ambigüedad del concepto de patrimonio. Si la postura adoptada presenta claramente el patrimonio como un elemento colectivo, el patrimonio se puede aplicar a una gran diversidad de objetos tangibles e intangibles (monumentos, reservas de agua, paisajes, saberes, música, bailes, alimentos, bebidas, etc.), y el colectivo al cual es asociado puede referirse a diversas escalas (patrimonio local, nacional, de la humanidad...). Para Barrère (2007), la multiplicidad de las formas patrimoniales conduce a la complejidad y la diversidad de los modos de análisis y gestión del patrimonio. Por lo tanto, en vez de seguir con una reflexión abstracta y de alguna manera difícil de aplicar, se analizará de qué manera movilizar esa noción para entender las dinámicas de un Sial y su dimensión patrimonial.

¹²⁴ Requier-Desjardins (2009) destacó ciertas similitudes entre capital y patrimonio, concluyendo que es la dimensión conservativa del patrimonio que marca su diferencia esencial con un capital.

3.4.3.2 La dimensión patrimonial de un Sial

Landel y Senil (2009) vieron el patrimonio como un recurso para el desarrollo territorial, una alternativa a un desarrollo productivista “convencional”, que permite la especificación del territorio, y la articulación entre desarrollo económico (competitividad) y territorial o “patrimonial” (asegurando la (re)producción de los recursos territoriales, sean sociales, culturales o naturales), entre competencia y cooperación. El territorio es el soporte espacial y simbólico de los recursos, que forman un patrimonio colectivo.

Un Sial, a la vez forma de organización económica y territorio, puede ser considerado como un “yacimiento” de externalidades a manejar, que constituyen un patrimonio colectivo (Rombaldi, 2001; Billaudot y Colletis-Wahl, 2006). Es en efecto el lugar de formación y circulación de las externalidades (Hirczak, 2007), de las propiedades emergentes del sistema, en relación con las formas de proximidad geográfica, organizacional e institucional que lo estructuran. Pero más allá de la noción de externalidades, que tiende a veces a desvincular la dimensión individual y colectiva simultánea de la actividad económica, el Sial es el lugar (en el sentido geográfico y social) de la producción mercantil y patrimonial, siendo el sistema donde se conforman, se incorporan y activan los recursos territoriales. Es donde se inscriben y forman identidades, dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos, que imprimen cierta regularidad, cierto “ambiente”, en los comportamientos de los actores. Hace el vínculo con la reproducción de un subsistema económico y de los subsistemas sociales y políticas que permiten la reproducción y la evolución de un grupo de actores y de su territorio; ambos subsistemas son interdependientes, caracterizados por una “coevolución”¹²⁵. Es lo que significa la definición del Sial al “punto nodal” entre cadena productiva y territorio: las actividades productivas tienen a la vez una dimensión mercantil, vinculada con las dinámicas de producción y mercado (oferta y demanda), y una dimensión patrimonial, vinculada con la identidad y el territorio.

En referencia a los trabajos de Linck (2005, 2007, 2008) y dado que el Sial es un conjunto de recursos materiales e inmateriales intrincados (incluyendo las externalidades), se plantea que es este conjunto de recursos territoriales que constituyen la estructura del sistema. Forman un bien

¹²⁵ La coevolución es un concepto diseñado en el marco de la biología evolutiva, que se refiere a un proceso de evolución mutual e interdependiente entre dos o más especies, vinculadas por relaciones de simbiosis o polinización (coevolución cooperativa), o de depredación o parasitismo (coevolución competitiva o antagonista). En este caso, se quiere insistir en la coevolución entre las dinámicas económicas (productivas y tecnológicas) de una cadena productiva y el desarrollo del territorio, en sus diferentes componentes (social, cultural y ambiental en particular). Una cadena puede por ejemplo ser depredador de recursos (agotamiento del manto freático por la agricultura, p. ej.) o al contrario favorecer la protección (sistemas productivos que mantienen la biodiversidad natural y cultural, lucha contra la erosión, p. ej.) y la creación de recursos (generación de nuevos conocimientos y competencias, creación de un centro de formación profesional p. ej.).

complejo, colectivo, que integra elementos y valores mercantiles y patrimoniales, saberes relacionales y técnicos, y que es movilizado para una finalidad determinada (producir tal tipo de bien, reproducción del grupo local, etc.). Es colectivo porque apropiado colectivamente, en la dialéctica competencia/cooperación; es decir que la (re)producción (incluyendo su revelación y reconocimiento), manejo y uso de los recursos territoriales depende de dispositivos colectivos, en particular institucionales, técnicos y cognitivos. De esta manera, se puede difícilmente considerar de manera aislada a un recurso territorial. Los recursos materiales (naturales o no) cobran sentido por ser movilizados a través de recursos inmateriales, los saberes técnicos y relacionales (en este sentido son bienes complejos, sistémicos). De hecho, saberes técnicos y relacionales constituyen realmente los verdaderos recursos patrimoniales de un grupo (Linck, 2006; Linck, 2007). Por ejemplo, en el caso del recurso leche, la cantidad y calidad de la producción depende de saberes técnicos (alimentación, reproducción, etc.) y relacionales (derechos de acceso a la tierra, organización de una cadena de proveedores y compradores, organización social del trabajo, modalidades de producción, circulación y socialización de la información, etc.), que orquestan el aprovechamiento de los recursos naturales y materiales disponibles (suelo, clima, razas, forrajes, etc.). Es este sistema de recursos y su articulación que pueden hacer de la leche un recurso territorial específico (Boucher, 2006). De la misma manera, las externalidades (positivas o negativas) de una actividad se vuelven recursos solamente porque son reconocidas y valorizadas como tal (Billaudot, 2004), a través de dispositivos institucionales y cognitivos. La pertenencia a un territorio o un sistema productivo local se relaciona entonces con la identificación de un individuo a un grupo y al acceso a su patrimonio. En efecto, esa identificación se asocia con una serie de derechos para el uso de los recursos colectivos, dentro de las modalidades de apropiación (uso, manejo y (re)producción) determinadas (explícita o implícitamente) en el grupo. Así la identidad del individuo se construye entorno a su acceso a los recursos colectivos, su lugar en la jerarquía, sus funciones y limitaciones dentro del grupo (Linck, 2006). Sin embargo, el individuo puede también adoptar un comportamiento oportunista, en función de intereses propios, pero corre el riesgo de ser excluido, y de “perder en identidad” (Akerlof y Kranton, 2000 y 2005). También cabe destacar que la identidad de un individuo no es algo dado, ni fijo. Se impone a un actor (pertenencia familiar, étnica, etc.), y a la vez el actor tiene cierta posibilidad para cambiarla, o cambiar de identidad (rechazando el grupo e integrándose en otro) (como ocurre con las instituciones) (Requier-Desjardins, 2009). Un actor puede elegir en parte su identidad, y las instituciones vinculadas, con más o menos constrictas según los casos (Akerlof y Kranton, 2000, 2005). Además no se caracteriza en general por una sola identidad, sino que puede tener varias identidades (y por lo tanto varios patrimonios; esta constatación puede también plantearse a partir de la noción de “multiterritorialidad”). Esa reflexión sobre la identidad individual y colectiva de los actores de un Sial no es ajena a la cuestión de apertura y cierre del sistema

Un Sial remite entonces a un patrimonio formado por el conjunto de recursos territoriales, que lo especifica, que es a la vez una potencial accesible y un marco impuesto, en el cual se encastran las actividades. Es un sistema complejo que se refiere a un ecosistema, infraestructuras, interacciones sociales, saberes, representaciones y valores, inscrito en el tiempo, y vinculado con un grupo social que lo recibe, lo gestiona y lo transmite (Casabianca y Linck, 2004). Desde un punto de vista teórico y analítico, lo interesante no consiste tanto en la modelización del Sial a partir de la noción de patrimonio, como en poder analizar la interacción entre lo individual y lo colectivo. De hecho esta relación puede interpretarse a partir de la apropiación colectiva de los recursos territoriales para desarrollar actividades de producción, intercambio y consumo a menudo individuales (o conjuntas). Esta noción de apropiación es central para el enfoque Sial, al permitir articular las dimensiones individuales y colectivas, y dar sentido al concepto de encastramiento.

Para seguir precisando esta reflexión, parece importante restringir el análisis, enfocándonos ahora en las dinámicas del patrimonio alimentario y de la calificación de los alimentos como ilustración de un proceso de apropiación de los recursos territoriales que estructura un sistema agroalimentario localizado e impacta en este sentido en su trayectoria de desarrollo. La calificación territorial de un producto alimenticio podrá ser asimilada a un proceso de patrimonialización, en el cual se definen las modalidades de apropiación de un producto y de los recursos incorporados en él, cuyo conjunto forma un bien común o colectivo complejo. En efecto, como lo son la calidad o un territorio, un patrimonio es algo fluctuante, el resultado de una construcción social, y por lo tanto más que definir un patrimonio, se debe más bien analizar el proceso de patrimonialización que lo instituyó como tal.

3.4.3.3 Patrimonio alimentario y patrimonialización de los productos alimenticios

Los antropólogos se han interesado a la noción de patrimonio, aplicándola en particular en las zonas rurales al análisis de las dinámicas de turismo y de las producciones agroalimentarias locales tradicionales. Han considerado los alimentos tradicionales como patrimonios colectivos (ni totalmente privados, ni totalmente públicos), objetos de procesos de patrimonialización. Invitan a desglosar las nociones de patrimonio y los procesos de patrimonialización, para evitar las confusiones y atajos causales en cuanto a su relación con el desarrollo local, e identificar las diferentes manipulaciones discursivas, mercantiles y políticas en torno al patrimonio (Faure, 1998, 2000; Prats, 2003; Espeitx, 2004; Fernández de Paz, 2006; Rodríguez, 2007). Estudiar el patrimonio, es analizar diferentes tipos de vínculos: entre tradición y modernidad; entre el hombre y la naturaleza; entre los hombres; entre el pasado, el presente y el futuro; entre un grupo social, el tiempo y el espacio (Faure, 2000). El análisis de esos vínculos conduce a entender la construcción y

evolución de una relación íntima entre una producción, un lugar y un grupo humano (por ejemplo en torno a un alimento tradicional), y las relaciones de complementariedades, consensos, tensiones y conflictos en un grupo acerca de la gestión de un patrimonio colectivo.

Bérard y Marchenay (1998; 2004) desarrollaron un análisis fino de los productos locales como un “*patrimonio vivo*”, en evolución permanente, y de la relación entre su valorización y la dinámica de la biodiversidad natural y cultural. Apreciado por los actores locales, ese patrimonio vivo puede ser la base de una trayectoria de desarrollo con “*coloración patrimonial*”. Es en particular el caso para regiones específicas que quedaron al margen del modelo productivista, y que están hoy a la vanguardia de las alternativas frente a este modelo cada vez más criticado. Por ejemplo se pueden considerar ciertas producciones queseras tradicionales como un patrimonio vivo, resultando de la combinación dinámica (no definitiva) entre diversos elementos (en particular biológicos: paisaje, flora, raza, micro flora; y humanos: saber-hacer, convenciones de calidad, etc.). Los quesos “*patrimoniales*”, calificados también de quesos “*genuinos*”, se refieren a un tipo específico de queso, definidos a partir de “*(...) una perfecta coherencia entre los saber-hacer de transformación de la leche, el manejo de las constriñas del medio y los usos que hacen los habitantes de ellos*” (Froc, 2006: 31). Constituyen verdaderos “*(...) testigos del contexto en el cual nacieron*” (ibid.: 41). Froc (ibid.: 34) insistió en particular en la dimensión cognitiva, proponiendo pasar de “*la tipología de los saberes a la tipología de los quesos*” (ibid.: 34). Esa visión de los quesos como patrimonio vivo es concomitante con la definición de los quesos tradicionales planteada en el marco de referencia.

La patrimonialización de un producto agroalimentario remite a la reconstrucción de la tradición, de la memoria colectiva, en la cual “*no es el pasado que produce el presente, sino el presente que da forma a su pasado*” (Bérard y Marchenay, 2004: 90). Dicho de otra manera, la representación del pasado es permanentemente renovada por los actores del territorio, según los retos internos y externos, en una negociación continua sobre las condiciones de apropiación y valorización del patrimonio. La patrimonialización es en ese sentido una forma de innovación, que involucra y compromete en particular la dimensión identitaria (Bessière *et al.*, 2010, hablaron de “*innovación social*”), actualizando la función y la identidad misma de un alimento y del grupo con el cual está vinculado. Puede legitimar lo que ha sido deslegitimado por el productivismo, como por ejemplo las producciones queseras de sistemas tradicionales de regiones montañosas (Faure, 2000). De esta manera, un queso tradicional, considerado como patrimonio vivo, está siempre en tensión entre arraigo en la tradición e innovaciones y evoluciones permanentes: modificación del tipo de proceso (entre producción casera, artesanal e industrial; con todos los cambios que eso implica), modificación de la materia prima, diversificación de los usos de la leche, recuperación por la industria y marketing,

distanciación de los consumidores (favorable a la tendencia en uniformizar las producciones, incluso transformarlos).

Los geógrafos (Bessièrè, 2001; Frayssignes, 2005; Hirczak, 2007; Landel y Senil, 2009; Bessièrè *et al.*, 2010) se han interesado también a la cuestión del patrimonio alimentario y gastronómico, y su relación con el desarrollo territorial. Entre tradición y modernidad, identidad y mercado, dinámicas individuales y colectivas, este patrimonio constituye un recurso movilizable para procesos de innovación (y de “*upgrading*”), desarrollo y ordenamiento territorial (Cuvelier *et al.*, 1994; Landel y Senil, 2009; Bessièrè *et al.*, 2010). Puede ser dormido, activado o incluso inventado o reinventado (Bessièrè *et al.*, 2010). Su movilización impacta sobre la trayectoria de desarrollo de un territorio, aunque sea difícil siempre prever de qué manera. Sin embargo se asocia en general a una dinámica de especificación del territorio, por ser una combinación única de recursos.

Los economistas también integraron ese campo de investigación sobre el patrimonio alimentario: Vivien (2005) se interesó al patrimonio rural de un territorio, en su doble dimensión natural y cultural, considerando los productos tradicionales como una herramienta para valorizarlo. Barrère (2005) vio en las denominaciones de origen (DO) de productos agroalimentarios un “patrimonio jurídico” basado en una segmentación del mercado (más o menos marcada), que orienta y limita las estrategias posibles de los productores. Estudió en particular el caso de la DO Champagne, como un proceso de formación de un triple patrimonio: jurídico, económico e institucional (Barrère, 2003). Mostró la necesidad de desarrollar estrategias colectivas (más allá del juego del mercado y de las marcas comerciales) para instituir y mantener el mercado de un bien de alta calidad. Para Barthélémy *et al.* (2005), un producto con DO es un bien cultural, y como tal es vendible, aunque su producción se basa en una identidad cultural territorial, que no es vendible en sí, y no tiene un valor mercantil. Requier-Desjardins (2009) estableció una relación entre territorio, calificación de los productos, identidad y patrimonio, e introdujo una reflexión sobre la interacción entre oferta y demanda patrimonial. Para él, es solamente a través de la asociación de un producto con un territorio que se puede “endogeneizar” el concepto de territorio en economía.

Los trabajos de T. Linck están al cruce de los diferentes enfoques del patrimonio, entre economía, antropología y geografía, aplicados al medio rural y el sector agroalimentario. Nos interesan, tanto por su diseño teórico como su aplicación empírica a la situación de varios quesos tradicionales y de su calificación, en Francia y en México¹²⁶ (Linck, 2005a). Se interesó a la cuestión de

¹²⁶ En México sus trabajos se han desarrollado en particular en colaboración con el Colegio de Michoacán. El Colegio ha organizado varios eventos y publicaciones acerca de las nociones de patrimonio y patrimonialización en el marco de los estudios rurales (véase por ejemplo Barragán, 2005; y Thiébault *et al.*, 2008). El Dr. E.

la (re)producción, manejo y uso del patrimonio a nivel local (territorial), como un bien complejo, colectivo y apropiado. En la continuidad del programa de la economía institucional y patrimonial, rechazó la compartimentación artificial entre dinámicas económicas, políticas y sociales, y la denegación de la dimensión intrínsecamente colectiva de las actividades económicas y de los bienes y recursos relacionados (Linck, 2006). Abordó un patrimonio como un bien complejo, material o no, estructurado por tramas y dispositivos cognitivos que le dan sentido, con atributos de bien colectivo (y manejado como tal), indivisible, no transferible, e inscrito en una temporalidad larga (Linck, 2006; 2007; 2008; LRDE, 2008), en relación estrecha con dispositivos institucionales. *“El patrimonio forma un todo estructurado por dispositivos cognitivos e institucionales específicos: es difícil modificar un componente sin alterar la coherencia del conjunto”* (Linck, 2007). Consideró que el territorio, al igual que un recurso territorial, podía ser abordado como un patrimonio¹²⁷ (Linck, 2006).

Un recurso colectivo (por ejemplo pastos comunitarios, o un alimento tradicional) asocia recursos materiales, dispositivos cognitivos, jurídicos y sociales. Como patrimonio, incluye un conjunto de saberes técnicos y relaciones (eso últimos son de hecho relacionados con las nociones de organizaciones e instituciones), valores sociales y tramas cognitivas (Linck y Barragán, 2009). En algunos casos, la combinación de los diferentes elementos pueden revelarse en una expresión tangible, por ejemplo a través de “configuraciones paisajistas” particulares (Barragán *et al.*, 2010), de “paisajes de una cultura naturalizada” o “paisajes culturales” (Thiébaud *et al.*, 2008). Por naturaleza, un alimento, en particular con calidad específica (producto tradicional de una región, o producto con sello de comercio justo, etc.), es un bien complejo, abordable desde la perspectiva patrimonial, considerándolo como un producto en el cual han sido incorporados diferentes recursos materiales e inmateriales territoriales (Linck, 2008).

Por ser un objeto complejo, indivisible, es difícil discernir el patrimonio sin atrofiarlo. Más que el patrimonio en sí, es su apropiación que interesa a Linck, como *“proceso de activación, manejo y renovación de los patrimonios”* (Linck y Barragán, 2009), así como las tensiones entre apropiación colectiva (construcción de la elección colectiva) y prácticas individuales, entre competencia y cooperación. Opone de hecho dos posturas científicas alrededor del patrimonio, dos maneras de enfocarlo: la apropiación y el inventario (aunque al final se podría decir que el inventario es una forma de apropiación, o por lo menos una etapa de la apropiación). La apropiación patrimonial se vincula siempre con rivalidad y exclusividad, conflictos y exclusión. Remite a dispositivos

Barragán, del Colegio de Michoacán, es de hecho uno de los iniciadores y líderes del proyecto de obtención de una Denominación de Origen del queso Cotija.

¹²⁷ De hecho existe cierta confusión entre el uso de los términos patrimonio/patrimonial y territorio/territorial, que Linck tiende a utilizar como casi sinónimos.

institucionales, cognitivos y técnicos (LRDE, 2008; Linck, 2006), y un modo de gobernanza particular, como proceso de construcción de elecciones colectivas; se destaca en particular lo que llama la “gobernanza consensual” (Linck, 2008). En fin, la apropiación patrimonial es un proceso similar a la patrimonialización, definida como proceso de apropiación y activación de los recursos colectivos para producir riquezas y/o vínculo social (LRDE, 2008).

Linck, al hablar de la apropiación patrimonial, insistió sobre la cuestión de la información y de los conocimientos, que son por naturaleza colectivos, apropiables, y transmitidos (LRDE, 2008; Linck, 2008). Los derechos de propiedad industrial e intelectual entran en este espectro (puesto que son una forma de apropiación de conocimientos), en particular en cuanto a productos alimenticios. La calificación de los alimentos, por ejemplo vía una indicación geográfica, puede ser abordada como la activación e incorporación de recursos territoriales, con características de bienes patrimoniales (Barragán *et al.*, 2010). La calificación es (supuestamente) un medio para preservar y valorizar los saberes técnicos y relacionales, valores sociales, identidad; es decir los recursos patrimoniales incorporados al producto (que en el caso de un producto local son recursos territoriales, vinculados al patrimonio territorial). Sin embargo puede ocurrir lo contrario, con la “disociación patrimonial”, que alude a la separación entre el objeto y el patrimonio en el cual se inserta (Linck, 2008, Linck y Barragán, 2009).

3.4.3.4 De la patrimonialización a la calificación territorial de los alimentos

La calificación de un alimento local es entonces un proceso de patrimonialización que pone en relación un producto, un territorio (con sus recursos) y un grupo social. Será estudiada entonces alrededor de los dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos que fundamentan la apropiación de los recursos territoriales incorporados, entre los cuales los dispositivos institucionales tienen una importancia primordial al definir lo que es posible hacer o no. La calidad de un alimento local resulta de su anclaje territorial, en su dimensión no intencional (encastramiento; potencial del territorio a partir de sus recursos materiales y no materiales) e intencional (construcción social del territorio y de la calidad, apropiación de los recursos). Según los casos, la importancia relativa de las dimensiones intencionales y no intencionales varía; la elaboración de una Indicación Geográfica (IG) corresponde por ejemplo en un momento donde construcción de la calidad y construcción territorial toman una dimensión más intencional, que requiere acciones colectivas funcionales y estructurales, organizacionales e institucionales: formar un grupo oficial (consejo regulador u otro), definir la calidad de un producto (según cuáles criterios e indicadores), y establecer mecanismos de control y sanciones (Requier-Desjardins, 2004a y 2004b). La exclusividad del uso del bien colectivo (que remite en ese ejemplo al sello de calidad y la reputación asociada) concuerda con la creación de un recurso

específico, que constituye una ventaja competitiva que puede ser movilizada, según ciertas condiciones y modalidades.

El enfoque patrimonial es una entrada pertinente para abordar la (re)producción, manejo y uso de los recursos territoriales en un Sial, en la tensión entre apropiación colectiva y uso individual. Un Sial forma un sistema en el sentido que los recursos territoriales se combinan en un bien complejo, colectivo y transmitido, sobre el cual se construye y se proyecta la intencionalidad de los actores; por ejemplo a través un proceso de calificación territorial de un producto alimenticio local, con la construcción y manejo de una IG.¹²⁸ Tal proceso asocia calidad de un producto y calidad de un territorio (Hirczak, 2007), como resultante del patrimonio local. En ese sentido, estudiar la construcción y el manejo de una IG, es estudiar la cuestión de la apropiación patrimonial en un Sial, y sus consecuencias; considerando la calidad como un bien complejo, colectivamente construido y aprovechado, inscrito en el espacio y una temporalidad larga, entre tradición e innovación. La dimensión colectiva, compartida, patrimonial de los recursos territoriales implica también reflexionar en torno a la noción de bienes comunes o colectivos, su producción, provisión, gestión y uso, y a plantear la cuestión de cómo “*governing the commons*” (Ostrom, 1990).

Tras analizar la noción de calidad y de su construcción, aplicada a un producto alimenticio cuya calidad se vincula con su origen, se verá cómo las nociones de apropiación patrimonial y de bien colectivo constituyen un operador analítico de los procesos de calificación territorial, como producción y consumo de una Indicación Geográfica en torno a un alimento tradicional.

¹²⁸ Es lo que ha sido abordado como la “finalidad común” de un Sial. La finalidad puede ser diferente; una estructura de interfaz, una organización que representa un grupo, o la puesta en común de diferentes funciones (grupo de empleadores, para la promoción colectiva, la investigación, etc.) (Fourcade *et al.*, 2005) pueden ser consideradas también como bien común, implicando también inclusión/exclusión, y rivalidad. Su relación e interacción con el territorio serán diferentes en el caso de un producto con IG, siendo una IG caracterizada *a priori* por un fuerte encastramiento territorial de las dinámicas (intencional y no intencional).

3.5 De la calidad a la calificación territorial de los productos alimentarios

La trayectoria de desarrollo de un Sial puede apoyarse en una dinámica colectiva de activación por la especificación de un producto (o de varios productos), que diferencia a la vez el producto, el territorio y el sistema productivo. La calificación territorial del producto remite a un proceso de patrimonialización, a través del cual los recursos territoriales son apropiados e incorporados al producto. Esta construcción de la calidad corresponde entonces a una reconfiguración del Sial, en sus dimensiones sectorial y territorial. Analizar tal proceso alude entonces a entender como un colectivo de actores construyen la calidad, cuáles son sus motivaciones, objetivos y acciones, y como se complementan y se confrontan. Previamente es necesario replantear la noción de calidad, los retos que conlleva su construcción, enfocándose en particular sobre la calidad territorial como conjunto de atributos de un producto definidos en relación con el origen del producto y el sistema productivo local en el cual se encastran las dinámicas de producción, intercambio y consumo.

3.5.1 Reflexión sobre el concepto de calidad en economía

Como se destacó previamente, el interés (por parte de consumidores, productores, funcionarios, políticos, investigadores) ha crecido para los productos alimentarios de calidad: emergen nuevos nichos de mercados para los productos artesanales, productos de origen, productos orgánicos, comercio justo, etc. La calidad es cada vez más un elemento de peso para la elección de los consumidores y para la organización de las cadenas productivas. Pero ¿qué es la calidad?

3.5.1.1 La visión neo-clásica y la noción de “commodity”

Planteando el mercado como único elemento regulador, la teoría económica dominante (neo-clásica) considera la calidad como un factor exógeno. Las reglas del mercado walrasiano, suponiendo una competencia pura y perfecta regulada por la confrontación oferta/demanda, se aplica para productos homogéneos; lo cual no ocurre en la realidad, y menos para los productos agroalimentarios: estacionalidad, tamaño, propiedades organolépticas, nutricionales son unos de los numerosos factores de heterogeneidad para productos similares. Para rectificar esta “falla” en el mercado, se ha tratado reducir los productos agroalimentarios a *commodities*¹²⁹, especialmente en el

¹²⁹ Un *commodity* es “un producto estandarizado, cuyas cualidades son perfectamente definidas y conocidas por el comprador”; la “competitividad entre productores sólo pasa por el precio” (Giraud, s.f., en <http://www.cerna.ensmp.fr/Documents/Enseignement/CoursCommodites/Introduction.pdf>). Por lo tanto existe un precio de referencia, en general mundial (por ejemplo para el trigo y el maíz, este precio se determina en el Chicago Board of Trade). Los productos agropecuarios básicos son considerados como *commodity*: granos básicos, azúcar refinado, leche (en polvo o incluso líquida), mantequilla, queso (Cheddar), etc. Se trata de productos brutos, o con un primero proceso de transformación que permite homogeneizar el producto (clasificación, mezclas, estandarización, etc.).

ámbito de los intercambios internacionales. La idea básica de la teoría neo-clásica es establecer una diferenciación vertical de la calidad, es decir una clasificación objetiva unívoca, que permita asociar una calidad con un precio (al contrario del caso de una diferenciación horizontal, vinculada con la subjetividad y contingencia de la clasificación) (Coestier y Marette, 2004).

De esta manera se han elaborado estándares para productos como los cereales, el café o también la leche en polvo y la mantequilla. En base a esa homogeneización de la calidad (o más bien de los atributos que la definen), se han podido desarrollar los intercambios internacionales de productos agroalimentarios (en particular de materia prima), estableciendo precios internacionales de referencia, permitiendo operaciones a plazo. Pero aplicar el modelo “*commodity*” a los productos agroalimentarios es una opción limitada, por varias razones. Primero no se puede aplicar en todos los casos. Para algunos productos, la definición y sobre todo el control de atributos de calidad homogéneos es difícilmente realizable, o no tiene mucho sentido: ¿cómo definir y aplicar un estándar para el queso (entre los diferentes tipos de quesos, el grado de maduración, etc.)? Frente a tal situación, se buscó definir un estándar a partir de un tipo (o unos tipos) de queso, con ciertos criterios, tomando por ejemplo como referencia el queso más vendido en el mercado, como el queso Cheddar en EE.UU. Pero al final el estándar es representativo de una categoría limitada, y no cumple por lo tanto su función de “flexibilizador” del mercado de queso, o solo parcialmente.

Por otra parte, intercambiar productos homogéneos requiere la aplicación de procesos de producción y transformación semejantes. En este sentido, solo puede realizarse si los productores adoptan técnicas y prácticas similares. Entonces es importante destacar la consecuencia normativa del dominio de la teoría neo-clásica y de su visión de la calidad: en el modelo económico dominante actual, la regulación de las prácticas productivas y comerciales (a través de leyes, normas, reglamentos, pero también vía la educación y la circulación de los saberes) funciona de par con la marginación y exclusión de los elementos que generan diversidad y heterogeneidad (en particular la agricultura y agroindustria artesanales). El modelo técnico y organizacional de las empresas debe estar en adecuación con el mundo de producción dominante (Salais y Storper, 1993), con sus características institucionales y cognitivas. Así, bajo el dominio de la teoría neo-clásica, la heterogeneidad de la calidad es considerado como un elemento que perturba el buen funcionamiento de la economía modelizada (y modelada) por esa teoría a partir de la noción de equilibrio. En el caso del sector agroalimentario, se promueve una agricultura productivista y la concentración de la agroindustria y distribución, compatible con la aplicación de un modelo técnico “estandarizador”, la realización de economías de escala y la capacidad para imponer la homogeneidad a los productores primarios (a menudo más dispersos). Así no es una casualidad si la

extensión y liberalización de los mercados iba de par con un modelo productivo de masa, un régimen de mercado industrial y nuevas formas de consumo.

La hegemonía de este modelo se ejerció a menudo bajo la presión de las grandes agroindustrias. Rodríguez y Chombo (1998) y Cervantes *et al.* (2001) describieron el proceso de homogenización de la calidad en la producción lechera de los Altos de Jalisco. Fue posible gracias al dominio ejercido por grandes grupos agroindustriales sobre los productores de leche, en situación de oligopsonio¹³⁰. Los ganaderos tuvieron que asumir el costo del mejoramiento de la calidad impuesto por las agroindustrias o salir de la actividad (o cambiaron de canal de venta de su leche para irse con queserías informales). Este mejoramiento de la calidad benefició al consumidor, pero sobre todo a la agroindustria y distribuidores, que lograron externalizar su costo hacia la producción primaria e incrementaron el precio de los productos finales.

En fin, la noción de *commodity* se vincula principalmente con mercados impersonales; pero a nivel nacional y aún más a nivel local, otros intereses, otras formas de intercambio movilizan conceptos distintos de la calidad. Se pone en tela de juicio la homogeneidad de los productos, puesto que no se verifica en la oferta de productos, y porque no todos los compradores buscan la misma calidad. Por ejemplo, si la agroindustria lechera logró imponer su visión homogénea de la calidad, siguen vigente otras visiones, en particular en torno a la producción y consumo de quesos artesanales y tradicionales.

Así, si se razona la calidad en términos de *commodity*, se pierde una gran parte de la información necesaria a caracterizar y analizar las dinámicas vinculadas a la calidad, y su impacto en la producción, consumo e intercambios. La fluidez de los intercambios no se explica sólo por una situación de equilibrio entre oferta y demanda (caracterizada por un precio de equilibrio), en condiciones de información completa sobre la calidad y con productos homogéneos, sino que otras formas de coordinación intervienen para posibilitar las transacciones. Por lo tanto la calidad no puede ser un factor exógeno, sino endógeno en la economía.

3.5.1.2 De los intentos de corrección del modelo walrasiano del mercado a las convenciones de calidad

Frente a los límites de la teoría neo-clásica para abordar las dinámicas de consumo, Lancaster (1966) propuso una modelización de la relación entre calidad de los productos, preferencias y utilidad del consumidor. Planteó que los bienes no son el objeto directo de la preferencia de los

¹³⁰ Ese ejemplo presenta típicamente la configuración de una cadena productiva de tipo “buyer’s driven”, según la terminología de la corriente de *global value chain*, donde los eslabones de abajo imponen las condiciones y normas de producción en función de sus propios intereses económicos y tecnológicos.

consumidores, sino que son las características o atributos de esos bienes que le procuran utilidad. Este planteamiento vislumbró la complejidad de la relación producto/calidad/consumidor. Refiriéndose a los trabajos de Lancaster (1966), Requier-Desjardins (1999) habló de la “tecnología del consumo” como una función de producción que convierte las características de los bienes consumidos en utilidad. Las preferencias del consumidor tendrían como objeto esas características o combinaciones de características, y no directamente los bienes. Sin embargo la propuesta de Lancaster no toma en cuenta las diferentes dimensiones de la calidad, ni la importancia del carácter subjetivo de la evaluación de la calidad y la importancia de los aspectos informacionales, sociales e históricos (Coestier et Marette, 2004).

El modelo del mercado walrasiano supone productos homogéneos, o por lo menos una información perfecta en cuanto a la calidad de los productos. Ahora bien, en la realidad, existen asimetrías de información entre comprador y vendedor que generan “fallas” en el funcionamiento del mercado. Chamberlin (1933) mostró que la diferenciación entre los productos (por atributos intrínsecos como extrínsecos, por ejemplo en cuanto al lugar de venta, la reputación, etc.) hacía que la competencia perfecta no existía, y que la realidad del mercado oscilaba entre competencia y monopolio, en lo que llamó la “competencia monopolística”. El artículo de Akerlof (1970) inició una serie de trabajos sobre la importancia de la dimensión informacional en los mercados. Tomando el ejemplo del mercado de vehículos de segunda mano, mostró que la asimetría de información entre comprador y vendedor sobre la calidad del bien desincentiva el intercambio de bienes de alta calidad. La incertidumbre alrededor de la calidad amenaza la existencia de los mercados; es el fenómeno de “*selección adversa*”. Este fenómeno se vincula con el problema del comportamiento oportunista, y de la existencia de “*acciones e informaciones escondidas*” (Moureau y Rivaud-Danset, 2004).

Sin embargo, las incertidumbres sobre la calidad y los problemas informacionales varían en función de la naturaleza del atributo de calidad. Primero, la calidad de un producto es multidimensional: sanitaria, organoléptica, de identidad/simbólica (identitaria)¹³¹, de conservación (vida de anaquel), funcional, etc. Por otra parte se puede clasificar los atributos de calidad en función de la necesidad a la cual responde. Un producto se caracteriza entonces por un conjunto de atributos de calidad, de diferentes naturalezas. Es particularmente el caso para los productos agroalimentarios: Fischler (1990) explica que la alimentación no es solamente un acto biológico, sino que también tiene alto contenido social. Cumple a la vez una función biológica y social. Un

¹³¹ La calidad identitaria remite a la incorporación en un producto de componentes identitarios, asociados a la identificación con un grupo social. De tal manera, el consumo de un producto que incorpora este tipo de calidad refuerza la identificación a un grupo y la identidad del individuo.

comprador se enfoca en un conjunto, una combinación determinada de atributos de calidad, en función de sus preferencias. La calidad es entonces un elemento contextual, contingente a la transacción, y por lo tanto su definición es bastante amplia. Se retomará la definición de Coestier y Marette (2004: 24) que definen la calidad “en relación con cualquier característica, soporte de la diferenciación de los productos, y objeto de una valorización por una cierta parte de los consumidores”. Esa definición asocia la calidad con la satisfacción de necesidades del consumidor, pero no permite analizar como en la práctica se resuelve el problema informacional del consumidor.

La incertidumbre varía también en función del estatuto del atributo. Diferentes clasificaciones han sido propuestas para analizar los atributos de calidad. Primero se distinguen dos tipos de atributos, en función de su relación con el producto (Bricas, 2002):

- Los atributos endógenos, intrínsecos al producto (contenido en proteína, olor,...)
- Los atributos exógenos, no identificables en el producto mismo, que remiten por ejemplo a las condiciones de producción, o a elementos exteriores (empaque, marca,...).

Desde el punto de vista de la teoría informacional, los diversos atributos de calidad remiten a diferentes condiciones de acceso a la información. Así, la tipología elaborada por Nelson (1970) y complementada por Darby y Karni (1973) distingue tres estatutos, en función de la capacidad del comprador para evaluarlos:

- Los atributos de búsqueda, directamente identificables o medibles antes de la transacción (aspecto, olor, etc.).
- Los atributos de experiencia, identificables o medibles solamente después de la transacción (sabor, funcionalidad, etc.).
- Los atributos de creencia, que no pueden ser identificados o medibles, o muy difícilmente (contenido en proteína, origen del producto, etc.). Las condiciones de producción son atributos de creencia.

Para Mazé (2003), el estatuto informacional de un atributo no es definitivo, sino que depende de la capacidad del comprador de tener acceso a la información, y del costo de tal proceso (que representa de hecho un costo de transacción). De esta manera, las competencias del comprador, la disponibilidad de tecnología de evaluación y medición, o el control por un tercero puede influir en el estatuto del atributo de un bien. De hecho Darby y Karni (1973) reconocieron que el uso de una marca, o un esquema de control y certificación, podía reducir la incertidumbre sobre un atributo de creencia. Por ejemplo, el origen de un producto, *a priori* bien de confianza, puede volverse bien de búsqueda cuando el producto es amparado por un sello de calidad tipo indicación geográfica. El

problema de la información es entonces asimilado a un problema de señal (lo que se analizará más adelante).

La teoría neo-clásica reconoce un único modo de coordinación de las transacciones: el precio (Eymard-Duvernay, 1989). Sin embargo, tal planteamiento no cuadra con la realidad, dado la diversidad y multiplicidad de los atributos de calidad, las incertidumbres y asimetrías de informaciones y los comportamientos oportunistas. Orléan (1999, citado por Coestier y Marette, 2004) sugirió que los precios no eran el reflejo de la calidad, sino el reflejo de “creencia compartida”, de “convenciones”. Se replantea entonces el funcionamiento de los mercados, abandonando la hipótesis de información perfecta (y por lo tanto de equilibrio general). A partir de la teoría de los costos de transacción, se analizó la diversidad de las formas organizacionales según el grado de especificidad de la calidad, las incertidumbres sobre su evaluación y las formas de medirla (Mazé, 2003; Ménard y Valceschini, 2005). Para garantizar la calidad del bien o servicio objeto de la transacción, los actores movilizan diferentes formas de coordinación, en función de su situación (en particular de la distancia física y cognitiva que separa a las dos partes de la transacción), del objeto de la transacción, y de los tipos y estatutos de atributos de calidad buscados. Los avances de la economía de las convenciones ofrecen herramientas analíticas claves para indagar en el tema de la calidad.

3.5.1.3 Aportes de la economía de las convenciones para el análisis de la calidad en economía

El libro de Boltanski y Thévenot (1991) sobre las “Economías de la Grandeza” constituye una de las referencias básicas de la economía de las convenciones¹³², al origen de una amplia producción teórica y empírica. Boltanski y Thévenot rechazaron la visión neo-clásica del *homo economicus*, y al mismo tiempo las clasificaciones de los individuos en estructuras rígidas (clases sociales, profesiones, etc.). Postularon la existencia de diferentes registros de justificación, asociados a seis “mundos” (que corresponden a tantas “*cités*” [ciudades por su traducción literal en español], definidas como paradigmas de filosofía política y moral), que los actores movilizan para justificar y evaluar en sus actividades y acciones, sin ser irremediabilmente vinculados a ellos:

- El mundo inspirado, que destaca la grandeza de la inspiración creativa y artística, y de la acción desinteresada;
- El mundo doméstico, que destaca las relaciones tipo filiales (hijo/padre) y la fidelidad;

¹³² Nos interesamos aquí a la vertiente francesa de la economía de las convenciones, que difiere de la vertiente estadounidense, enfocada principalmente un análisis estratégico en términos de la teoría de los juegos.

- El mundo de la opinión, que da valor a lo famoso, a lo reconocido por un máximo de gente;
- El mundo industrial, que reconoce como grande lo que funciona “bien” (desde un punto de vista técnico), lo que permite una relación óptima entre input y output;
- El mundo mercantil, que mide la grandeza en función del valor mercantil, y reconoce el mercado como la forma de coordinación óptima;
- El mundo cívico, que subordina el interés individual a un interés colectivo trascendental, y se centra en una justicia igualitaria.

A cada mundo corresponde una “gramática” y “pruebas” para calificar los objetos, personas, situaciones y acciones. De esta manera, se establecen “principios de equivalencia” comunes que permiten, además de calificar (lo que implica también evaluar), jerarquizar esos diferentes elementos, y establecer su nivel de “grandeza”. Esa clasificación en 6 “mundos” o “ciudades” no es ni exhaustiva, ni definitiva. Por ejemplo, Boltanski y Chiapello (1999) analizaron la emergencia de un nuevo mundo, calificado de interaccionista, como la grandeza que prevalece en el capitalismo moderno; las figuras de red y de proyecto son representativas de este mundo. De la misma manera, se postuló la emergencia de un mundo “verde”, alrededor de las preocupaciones ambientales y del concepto de sostenibilidad (Latour, citado por Jolivet, 2008). Como esos diferentes mundos son accesibles a cada actor, el interés de analizarlo reside en ver cómo se confrontan (a través de la “crítica”) o se complementan (a través de “compromisos”, en el sentido de consensos entre varios mundos).

La economía de las convenciones¹³³, partiendo de esta preocupación por la coordinación y la legitimación de las acciones, da así claves de análisis fundamental para entender los dispositivos cognitivos y normativos que enmarcan las acciones, y remiten al encastramiento cognitivo de las acciones y sus justificaciones. Para Favereau (1989: 82), las formas de organización pueden ser abordadas como “*reglas o sistemas de reglas, como dispositivos cognitivos colectivos*”, que se constituyen a partir de aprendizajes colectivos.

La calidad de un producto puede entonces ser analizada gracias a la economía de las convenciones. De hecho, el concepto de convenciones de calidad (también llamada “convención de calificación” por Marescotti, 2000) es uno de los principales conceptos de esa corriente. Se refiere a las reglas del juego y el papel del actor dentro del intercambio (Marescotti, 2000), al proceso de definición, percepción y evaluación de la calidad, que permite coordinar los actores y vuelve posible

¹³³ La economía de las convenciones es más un método que una teoría, que se interesa a la dimensión micro de la sociabilidad, es decir la coordinación a la escala humana, concreta (justificación, argumentación, arreglo, compromiso, crítica, referencial, etc.) (Raveaud, 2005), en una perspectiva hol-individualista.

las transacciones a pesar de las incertidumbres sobre la calidad. Una convención de calidad conduce a destacar tal atributo (y/o tal característica del atributo) o combinaciones de atributos más que otros (por ejemplo la calidad sanitaria más que la calidad organoléptica, o las condiciones de producción más que el empaque). El establecimiento de una convención de calidad y su estabilización en un tipo de transacción depende de las estrategias, del mercado, del contexto, de las relaciones de poder, cooperación y competencia. Una convención emerge en la acción; siendo a la vez guía y resultado de la acción.

En la perspectiva convencional, se toma en cuenta no solamente la relación entre proceso de determinación de la calidad y costos de transacción (y por lo tanto la movilización de diferentes formas organizacionales), sino que se asocia los diferentes modos de coordinación con las representaciones sobre la calidad de un producto. Se opone al supuesto del actor racional y maximizador la diversidad de las percepciones y motivaciones de los actores. De tal manera, la transmisión de la información de la calidad se vuelve inseparable de la creación y construcción de la calidad (Allaire y Wolf, 2004). *“Eymard-Duvernay (1989) considera que las características del producto son determinadas en el transcurso del intercambio y no anteriormente. Las características de los productos y por lo tanto la calidad asociada son definidas tras un proceso de coordinación entre vendedores, compradores o administraciones”* (Coestier y Marette, 2004: 22). El mercado no es entonces una forma de coordinación predefinida, sino que la calidad, como las formas organizacionales y las modalidades de intercambio (es decir el mercado mismo) son diversas y cambiantes, resultando de una construcción social.

Numerosas contribuciones han retomado el marco analítico de la economía de las convenciones para estudiar la calidad en el sector agroalimentario, tanto en su construcción como las formas de coordinación que implica (Tabla 5) (Boisard y Letablier, 1992; Allaire y Boyer, 1992; Nicolas y Valceschini, 1995; Allaire y Boyer, 1995; Alvarez, 1994b; Wilkinson, 1997; Madrigal, 1999; Marescotti, 2000; Charles, 2001; Mazé, 2003; Razanakoto, 2003; Barham, 2003; Renard, 2003; Sylvander y Biencourt, 2004; Ponte y Gibbon, 2005; entre otros). Se interesaron por el encastramiento cognitivo de la calidad en diferentes “mundos”, registros de justificación, y de su impacto sobre las relaciones entre actores.

Registro de justificación y convención de calidad		Estimación de la calidad (prueba privilegiada)	Modos de coordinación privilegiados		Ejemplo
Industrial		Estándar, normas, científicamente establecidos.	Certificación, conformidad con un pliego de condición.		Productos que siguen las normas ISO.
Doméstica	Estricta (patrimonial)	Confianza, lealtad, estabilidad.	Relaciones estables	Proximidad física o socio-cultural con productor	Venta directa. Indicación geográfica.
	Propietaria (de marca)			Identificación	Marca comercial. Packaging.
Cívica		Respeto de valores cívicas (igualdad, justicia social, etc.).	Adhesión a un cuerpo de principios, definidos y controlados por una entidad relacionada con el bien común.		Productos con sello del Comercio Justo, Agricultura Orgánica.
Mercantil		Precio	Intercambio mercantil, mercado "spot". El precio refleja la calidad (información completa).		El trigo y el maíz en la bolsa de valores de Chicago.
Opinión		Celebridad	Modas, leader de opinión.		Discos musicales.
Inspirada		Valor simbólico, trascendental	Intervención de un intermediario que garantiza el valor simbólico (gurú, sacerdote, artista, etc.)		Productos kosher o hallal.

Tabla 5: fundamentos y formas de coordinación asociados a las diferentes convenciones de calidad (elaboración propia)

Eymard-Duvernay (1989) integró la cuestión de la percepción y construcción de la calidad y de su manejo con la lógica del funcionamiento de las empresas, caracterizando diferentes "modelos de empresa"¹³⁴. Como lo afirmó, "una vez la convención de calidad fijada, los criterios de eficiencia

¹³⁴ La noción de modelo de empresa se refiere a la lógica y los principios que predominan en la organización de la empresas, la coordinación entre los diferentes componentes, y las estrategias que persiguen (Eymard-Duvernay, 1989). Letablier (1995: 157) escribió: "lo que designamos como "modelos de empresas" remite a modelos de organización industrial que articulan íntimamente las dimensiones técnicas, sociales, económicas de un universo de producción, y esto en la construcción misma de las normas y reglas que lo enmarcan y definen estas dimensiones. El modelo resulta de una comprensión comuna de la eficiencia, la cual estructura funciones, organigramas, formas de acción, sistemas de calificación y evaluación. (...) Toman en consideración un amplio abanico de recursos: características de los productos, de los modos de fabricación, tipos de equipos, relaciones con los productores y distribuidores, organización del trabajo y relaciones internas. En un mismo modelo, todos los recursos están sometidos a un modo único de evaluación". Los diferentes modelos de empresa aluden a diferentes registros de justificación, como los definieron Boltanski y Thévenot (1991), siendo uno dominante en el manejo de una empresa. Se relacionan con los capitales y recursos disponibles en la empresa. Por ejemplo, en el modelo doméstico, la coordinación se basa en relaciones inter-personales, en la confianza y la lealtad, y se apoya en recursos específicos. Un modelo industrial hace intervenir estándares y planificación, y se basa en inmobilizaciones materiales. El tercer modelo, el mercantil, remite a la flexibilidad, la reducción de los costos, y moviliza recursos intercambiables, con costos variables.

resultan [de ella]" (Eymard-Duvernay, 1989: 331), así como modelos normativos de acción considerados como legítimos. Sin embargo, este vínculo no se verifica siempre, ya que la lógica definiendo la convención de calidad del producto puede ser diferente de la lógica que rige el modelo de empresa, calificada de "convención de organización de empresa" ("*corporate organization convention*") (Ponte y Gibbon, 2005). Letablier (1995), aplicando el concepto de modelos de empresa a industrias lecheras, analizó la organización y estrategias en diferentes modelos de empresas. Mostró que a menudo una empresa se caracteriza por un consenso entre varias lógicas, como por ejemplo con la introducción de innovaciones técnicas (que remiten al mundo industrial) en sistemas productivos tradicionales (basados en un modelo doméstico). Entonces una convención de calidad no es asociada tanto a un tipo de empresa particular, sino más bien a formas de coordinación particular del intercambio.

La noción de convención de calidad, por su naturaleza a la vez institucional y cognitiva, es central en el análisis. Remite al establecimiento de un consenso sobre la construcción de la calidad, su definición y su evaluación. Pero implica una reflexión fina, que no puede limitarse a reducir la complejidad de la percepción y evaluación de la calidad. Así, en una misma cadena productiva, la convención de calidad movilizada puede ser diferente según los eslabones involucrados en la transacción (por ejemplo entre productor de leche y quesero, entre quesero y distribuidor, entre distribuidor y consumidor). Tomando el ejemplo de la cadena del café robusta, Ponte y Gibbon (2005) esquematizaron la sucesión de diferentes convenciones (Figura 24).

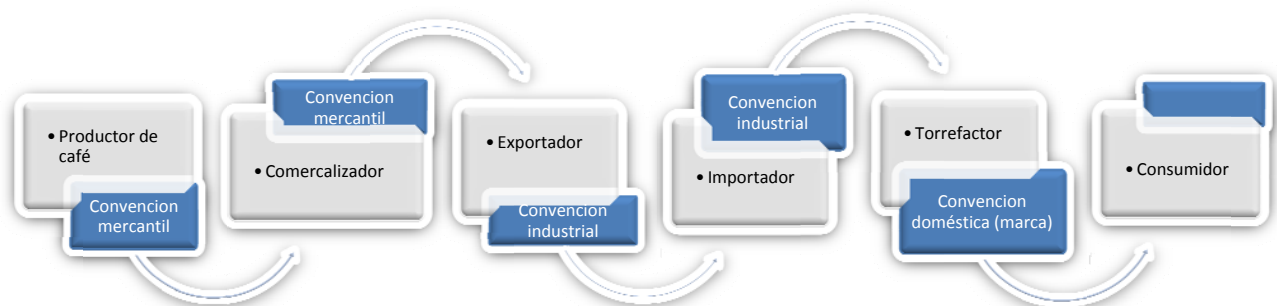


Figura 24: Esquematización de la sucesión de diferentes convenciones de calidad en la cadena productiva de café de calidad estándar (tipo Robusta) (elaboración propia a partir de Ponte y Gibbon, 2005)

Incluso para un mismo producto y a una misma etapa de la cadena), es posible diferenciar diferentes tipos de convenciones de calidad (Eymard-Duvernay, 1989; Marescotti, 2000). El dominio

de cierto tipo de convención de calidad permite caracterizar diferentes canales de comercialización para un mismo producto ("*conventional market channel*", según Marescotti, 2000), y por lo tanto diferentes mercados. Por ejemplo, la venta directa moviliza una convención doméstica, basada en la relación inter-personal y la confianza, mientras que el mismo producto vendido con una marca moviliza una convención doméstica tipo "*proprietary*". Además, la situación es a menudo más compleja, en el sentido que una misma transacción puede movilizar varias convenciones. Así, el comercio justo se basa a la vez en una convención cívica (asegurar la repartición más justa de los ingresos en la CP) e industrial (diseño de un pliego de condiciones y certificación por un organismo tercero). Este consenso entre diferentes convenciones da lugar a equilibrios más o menos estables, en los cuales existen complementariedades y tensiones.

Si la noción de convención de calidad introduce nuevas herramientas para pensar y analizar la calidad y su diversidad, se debe tener cuidado a no caer en la tentación de usarla para reducir y simplificar situaciones complejas. De hecho, la naturaleza doméstica, cívica, mercantil o industrial de un atributo de calidad no es una clasificación libre de ambigüedad. La noción de convención debe ser movilizada como un concepto heurístico sobre el cual basarse para desglosar la calidad como un proceso socialmente construido, en perpetuo movimiento.

3.5.1.4 La construcción social de la calidad, entre historia individual y colectiva

Se suman dos niveles de complejidad para abordar el papel de la calidad en las transacciones: un nivel intrínseco, vinculado con las características objetivas del producto (su "calidad objetiva"), que pueden ser numerosas (contenido en nutrimentos, sabor, olor, color, presencia de microorganismos, etc.); y la interpretación, la representación que hace un individuo o un grupo de individuos sobre estas características, lo que implica la definición y la jerarquización de criterios, y procedimientos de control y de evaluación (lo que se podría llamar la "calidad subjetiva", porque vista a través de un filtro interpretativo). De hecho, la evaluación de la calidad, aun calificada de objetiva, no es totalmente libre de subjetividad. La calidad resulta entonces de una operación de calificación, que hace intervenir un actor (individual o colectivo) en relación con un producto.

En efecto, frente a la multiplicidad (potencialmente casi infinita) de los atributos que pueden ser tomados en cuenta, un actor suele enfocar ciertos atributos más que otros, movilizando procedimientos y herramientas de evaluación y juicio particulares. La economía de las convenciones permite "*mostrar como las razones (individuales) de actuar pueden dar cuenta de un pensamiento del colectivo*", (...) "*siendo la acción caracterizada por un grado de intencionalidad mediano entre el interés y la constraña*" (Jolivet, 2008: 3, 7), característico de una economía encastrada. En este

sentido, la diferenciación de la calidad es casi siempre horizontal, siendo a menudo la diferenciación vertical una construcción social más que una realidad objetiva.

La definición y evaluación de la calidad depende entonces de la representación que tiene un actor sobre lo que es la calidad, en función de sus intereses y preferencias, contingentes a su encastramiento en un grupo social (con sus instituciones, convenciones de calidad, valores, saberes, estructuras de poder, etc.). A su vez, sus preferencias se vinculan con su capacidad propia para evaluar los diferentes atributos de calidad, así como con dinámicas colectivas y la inscripción del individuo en el colectivo. Para Bourdieu (2005), resultan de la historia colectiva e individual¹³⁵. Multidimensional y compleja, la calidad (su percepción y evaluación) es una construcción social. La percepción de la calidad de un alimento dependerá entonces del entorno social y del lugar del individuo en la sociedad, así como de su historia personal (Castillo and Morales, 2004). Por ejemplo, la representación sobre la calidad de la leche varía según el tipo de ganadero (productor grande, con sistema intensivo; o productor pequeño, con sistema extensivo o semi-intensivo); lo mismo se aplica sobre las representaciones de la calidad de la leche y del queso entre las agroindustrias queseras (Mc Donald, 1998). Varios factores influyen en estas representaciones: el acceso a tal equipo o tecnología, la posibilidad de realizar economías de escala, la educación, la voluntad de diferenciación social (por ejemplo, como persona educada, el uso y la reivindicación de nuevas tecnologías pueden remitir a una forma de afirmación social, de identificación), etc.

De acuerdo con la economía de las convenciones, se insiste en la importancia de las dimensiones cognitiva (representaciones, acceso al conocimiento, aprendizaje, etc.) e institucionales (convenciones, normas, etc.) de la calidad, como elemento de coordinación para realizar una transacción. Así, al contrario de los planteamientos de Lancaster (1966), la relación entre un bien, sus atributos de calidad y la satisfacción del consumidor no es ni objetiva, ni estable, sino que cambia de un individuo al otro, y de un grupo social al otro. La aprensión de la calidad se construye a través de aprendizajes individuales y colectivos. Entra en juego especialmente la relación cognitiva que existe entre vendedor y comprador, a través de la cual se puede modificar las preferencias y percepciones del comprador. Pero también existe otras formas de construcción y modificación, individuales y colectivas, de las representaciones y preferencias sobre la calidad, más allá de la relación interpersonal: sellos de calidad, marcas, clasificaciones por expertos (por ejemplo la clasificación de Parker sobre los vinos), etc. En fin, no se debe descartar la importancia del precio, como limitante y factor de decisión en las compras, en particular para las poblaciones pobres.

¹³⁵ Bourdieu (2005: 84) definió el habitus como “(...) a socialized subjectivity, a historic transcendental whose schemes of perception and appreciation (systems of preferences, tastes, etc.) are the product of collective and individual history”.

La complejidad de la noción de calidad y la necesidad de “endogeneizarla” en la teoría económica ha conducido a la emergencia de un nuevo campo de investigación, la economía de la calidad, que analiza la dinámica de la calidad y sus impactos, a nivel de la oferta como de la demanda. Muestra que los espacios de construcción de la calidad pueden ser diversos, y basados en diferentes tipos de operación de calificación.

3.5.1.5 La economía de la calidad

Hirschman (1970) introdujo una nueva reflexión en el análisis económico. En lugar de pensar la relación entre el precio y la demanda, se enfocó en la relación entre la calidad de un producto y su demanda. De esta manera, implícitamente, inició una economía de la calidad. Ese término ha sido empleado por primera vez por Karpik (1989), quien mostró la importancia de la calidad en las transacciones, y los retos asociados. En el caso de bienes y servicios cuya oferta y demanda se vincula más en la calidad que en el precio, con asimetría de información, el precio no funciona como elemento coordinador. La transacción mercantil se apoya entonces en el “juicio”, movilizándolo diferentes “redes” y apoyándose en la “confianza”. *“Al lado del mercado y de la autoridad [jerarquía], el juicio representa de hecho una forma particular de organización de la vida económica”* (Karpik, 1989: 189). Las diferentes modalidades de mercado (mercado-precio y mercado-juicio) no se excluyen, sino que pueden ser complementarios, y su importancia relativa es variable según la situación. En su libro sobre la economía de las singularidades, Karpik (2007) retomó su primer trabajo, lo precisó y lo especificó con el análisis de casos particulares de bienes de calidad, los bienes “singulares”. Por su parte, Callon *et al.* (2002) plantearon la existencia de una “economía de las calidades”, caracterizadas por la importancia y la permanencia del proceso de calificación y recalificación, en el cual interactúan vendedor y consumidor (es particularmente el caso en el sector de los servicios). La calidad constituye un reto para captar la demanda, lo que puede dar lugar a diferentes manipulaciones.

Allaire (2002), retomando la noción de Karpik y el título del libro editado por Nicolas y Valceschini (1995), planteó la emergencia de una “economía de la calidad” en el sector agroalimentario. Mientras que Karpik centró sus trabajos en la demanda, Allaire dio más énfasis a los sistemas productivos, en interacción con la evolución de las demandas. A partir de una reflexión basada en los planteamientos de la corriente regulacionista de la economía institucional (Boyer, y Saillard, 2002), propuso analizar la emergencia de un nuevo modelo productivo, a partir de la evolución conjunta de los sistemas productivos y dispositivos institucionales, en torno a la modificación del concepto de calidad y su importancia creciente. Este modelo de la economía de la calidad, calificado de *post-fordista*, responde a la diversificación e individualización de la demanda, a las nuevas exigencias del

consumidor (vinculadas en particular a crisis sanitarias, como la vaca loca) y emerge en paralelo a un nuevo régimen de mercado calificado de “mediático” (Allaire y Daviron, 2006). Se pasa así de “mercados de *commodity*” a “mercados de producto”, con mayor diferenciación de los productos (aunque haya una mayor concentración de los actores) (Reardon y Timmer, 2007). La economía de la calidad se enmarca en el movimiento de la economía del conocimiento, donde las fuentes de acumulación y de competitividad se vinculan cada vez más con recursos inmateriales: saberes, valor simbólico, innovación, etc. Se caracteriza por la emergencia de nuevos sistemas de producción, dispositivos institucionales y cognitivos, y principios organizativos.

Los cambios en los dispositivos institucionales y cognitivos se dan a varias escalas, en varios espacios de regulación: el sector y el territorio. La combinación de dispositivos y principios provenientes de diferentes escalas y espacios, y su confrontación con el modelo anterior, ha conducido a diferentes expresiones locales del modelo productivo de la economía de la calidad. Es lo que Allaire (2002) llamó la hibridación institucional (hibridación de los dispositivos técnicos, de las competencias profesionales, etc.), como adaptaciones o consensos, que implican diferentes mediaciones sociales. Emergen nuevos papeles para los territorios y sectores, vinculados con nuevas formas de coordinación, y en las cuales la calidad juega un papel central. La valorización de los recursos territoriales específicos, en particular con sellos de calidad tipo Indicación Geográfica, se enmarca en esas nuevas dinámicas.

Al lado de un paradigma de “calidad funcional” (con por ejemplo los OGM y otras biotecnologías), se desarrolló el de “calidad identitaria”, que valoriza las características hedonistas (sabor, gusto, placer procurado por un alimento) y políticas, culturales y éticas (comercio justo, agricultura respetuosa del medio ambiente, consumo local). Esta visión muestra toda la diversidad de la calidad, tanto en su definición, como en los dispositivos institucionales, técnicos y cognitivos que implica. Los dos paradigmas se basan en un mismo principio: innovar para satisfacer las exigencias de calidad de la demanda; pero perciben esas exigencias de manera diferente, y por lo tanto ofrecen diferentes respuestas¹³⁶. La valorización de los alimentos tradicionales se enmarca en el paradigma de la calidad identitaria; más que una suma de atributos, la calidad identitaria de esos productos es considerada de manera trascendental, ya que se aplica de manera completa al producto, y no específicamente a uno de sus atributos. Esta visión coincide con el enfoque patrimonial, que ve el

¹³⁶ Sin embargo Allaire (2002) notó que los dos paradigmas son limitados, y por lo tanto cada uno moviliza el otro para hacer frente a sus propios límites, y así se hibridan uno con otro. Por ejemplo la justificación de una DO, y el reconocimiento y valorización de su dimensión identitaria puede movilizar pruebas científicas (composición química particular, etc.), que remiten a la lógica funcional de la calidad.

alimento tradicional como un bien complejo indivisible, en el cual son incorporados varios recursos territoriales materiales e inmateriales.

Ahora bien, si se considera que el precio no es el único elemento coordinador, puesto en particular la importancia de la calidad, no se debe negar su importancia en las dinámicas del mercado. Razanakoto (2003) mostró que la preocupación por la calidad de los productos no era simplemente vinculada con el mejoramiento del poder de compra, sino que otros factores explicaban el crecimiento del mercado de los productos de calidad específica. Sin embargo, el precio puede constituir una barrera importante para el desempeño de una economía de la calidad, especialmente para las poblaciones en situación de pobreza, cuyo poder de compra es muy limitado. Esa constriña es importante en un país como México, donde la pobreza alimentaria concernía a 18.2% de la población en 2002, y la pobreza de patrimonio a 47% de la población total¹³⁷. McCormick (2003) afirmó que la demanda era un fuerte limitante para el desarrollo del mercado de productos de calidad, especialmente en países pobres, donde la prioridad para la población es encontrar productos baratos.

La calidad constituye un reto alrededor del cual se fomentan varias formas de coordinaciones e interacciones para construir y evaluarla: normas, convenciones, pliegos de condiciones, ideologías, etc. Los alimentos, por ser ingeridos, literalmente incorporados por los seres humanos, son objetos de una atención particular por parte del consumidor, y de múltiples preocupaciones que constituyen la expresión a menudo implícita de características sociales, económicas, políticas, o culturales del entorno, en el cual se enmarcan las dinámicas de producción, intercambio y consumo de un producto alimenticio. Considerar la calidad como una construcción social conduce a preferir el concepto más dinámico de calificación, que se enfoca más en la calidad como un proceso.

3.5.1.6 De la dimensión colectiva de un proceso de calificación

La calidad, como construcción social, es determinada por un trabajo de calificación, entendido como un *“proceso de determinación de la calidad de un producto (...), resultante de la acción de diferentes actores económicos”* (Coestier y Murette, 2004: 22). Los atributos de calidad de un producto pueden estar relativamente estabilizados, pero a la vez están siempre sometidos (por lo menos potencialmente) a procesos de ajuste y negociación. Así, en lugar de considerar la calidad desde un punto de vista estático, hay que pensarla como un proceso, que implica a los actores de la producción, comercialización y consumo. Sylvander y Marty (2000: 517) definieron la calificación como *“el conjunto de procesos técnicos y socio-económicos a través de los cuales son determinados,*

¹³⁷ Véase en <http://www.coneval.gob.mx/mapas/>

para un sistema de actores dados (incluido el Estado), las condiciones de producción-transformación, de comercialización y de etiquetaje de un producto dado, desembocando en características específicas del producto y de tal manera que permite el mantenimiento o el desarrollo del sistema de actores y por otra parte una identificación correcta por los consumidores en su mercado pertinente”.

Por eso nos remitiremos a los procesos de calificación más que a la calidad, englobando los procesos de construcción, transmisión y percepción de la calidad a lo largo de la cadena productiva, desde el productor hasta el consumidor. La calificación es un proceso colectivo, encastrada en el espacio y el tiempo, que consiste en definir la calidad de un producto (a través de atributos endógenos y exógenos), y las formas de su identificación (lo que remite a como circula la información en torno a la calidad). Se vincula por lo tanto fuertemente a la capacidad de acción colectiva y a la elaboración de modalidades de coordinación comunes, en un contexto definido por ciertos marcos normativos y cognitivos. Analizar un proceso de calificación alude a caracterizar como se coordinan y se confrontan las acciones individuales, y cuales criterios, reglas, aprendizajes, incentivos y limitantes rigen su imbricación y la emergencia de una calidad como propiedad colectiva, que no puede pensarse como una simple agregación.

Un proceso de calificación en el ámbito agroalimentario remite a la sucesión de dos etapas principales: definición y negociación de la calidad (elección de los criterios discriminantes) y procedimientos de evaluación y control de la calidad. Cada una de estas etapas implica a varios actores: productores primarios y/o transformadores y/o comercializadores y/o gobierno y/o investigadores, entre otros. Los procesos de calificación remiten a “arenas sociopolíticas¹³⁸” (Moity-Maizi y Amilien, 2008; retomando el concepto de “arena” de Olivier de Sardan), en las cuales se confrontan los intereses y representaciones de cada actor involucrado. Son enredados en dispositivos institucionales y cognitivos: las interacciones entre actores son regulados por arreglos institucionales y esquemas cognitivos¹³⁹ (o “modelos de la información”, o “estructuras de conocimiento”, para retomar la terminología de Allaire, 2002). Estos dispositivos son estrechamente vinculados con dispositivos técnicos. En efecto, las elecciones técnicas, y su legitimación, dependen de los esquemas cognitivos y de los arreglos institucionales. Juntos, definen el ámbito en el cual es posible actuar, de dos maneras: como incentivos o como limitaciones. Sin embargo, no se deben olvidar las limitantes “naturales”, materiales, que también condicionan las potencialidades en

¹³⁸ « Una arena, en el sentido en el cual lo entendemos, es un lugar de confrontaciones concretas entre actores sociales que interactúan en torno a temas comunes. Un proyecto de desarrollo es una arena. El poder en una aldea es una arena. Una cooperativa es una arena. “Arena” tiene un contenido empírico y político (en su sentido amplio) más fuerte que “campo” [cf. Bourdieu, 2005]. Se trata de un concepto flexible, cuya extensión y forma varían según los contextos y los temas de investigación. Su valor es principalmente exploratoria, no es en absoluto un concepto explicativo o interpretativo. » (Bierschenk y Olivier de Sardan, 1998).

¹³⁹ En particular las convenciones de calidad, al cruce entre las dimensiones institucionales y cognitivos.

términos de calidad y de su evaluación, y que son integrados de diferentes maneras por los actores, según su referencial (campesinos, agrónomos, industriales, etc.) (Vatin, 1996). Por ejemplo, en el caso de la leche, la calidad es el resultado de la combinación de diversos factores: recursos económicos, prácticas, saberes, aspectos culturales (Urzúa *et al.*, 1998), a los cuales se debe sumar también al papel de las instituciones.

A fin de cuentas, existen diferentes representaciones sobre la calidad, en función del individuo, de su grupo social, caracterizados por ciertos dispositivos institucionales, técnicos y cognitivos, así como por su poder de compra o de inversión. Las visiones sobre la calidad de un mismo producto pueden entonces variar de un individuo al otro, de un grupo social al otro. Estas diferentes visiones, pueden ser complementarias, o al contrario antagonistas. En el segundo caso, la confrontación se inscribe en conflictos y relaciones de poder, conduciendo a la hegemonía de un concepto sobre otro, o a una hibridación. Para Mc Donald (1998), hay dos posturas para abordar la calidad: la calidad oficial, tecnocrática y homogénea, y la diversidad, heterogeneidad de visiones y metas de calidad según actores. Al tomar en cuenta la segunda, se muestra que *“la búsqueda de la calidad (y su corolario, la eficiencia) se vuelve un fin en sí mismo, y se transforma en algo “natural”*. En otras palabras, la calidad se define desde una posición de autoridad que impone criterios pletóricos de detalles a quienes persiguen dichos fines. El poder, la calidad, y su logro como objeto natural, se encuentran de este modo alejados del debate moral y político” (ibid: 279). *“En este tecnopaisaje neodarwinista, lo bueno es la eficiencia”* y la moralidad se define como la eficiencia máxima (ibid: 293). Sin embargo, hay a menudo un desfase entre el discurso y la realidad. Por ejemplo, Las agroindustrias formales que a menudo denuncian el hecho que *“esta actividad de pequeña escala no es ganadería lechera”*, la tolera a menudo como proveedor, incluso la utiliza ampliamente como un proveedor, que le permite amortiguar los riesgos al ser una variable flexible. Las AI informales quieren leche de calidad (contenido de grasa, características microbiológicas,...), pero sin pagarla. En fin, los productores de quesos artesanales y tradicionales, atrás de un discurso que enfatiza la defensa de la tradición, de lo genuino, tienen a veces prácticas totalmente en desfase, al usar leche en polvo, grasa vegetal, etc. Analizar la calidad y la calificación implica tomar en cuenta eso diferentes aspectos, políticos, simbólicos, y técnico-económicos, y ver cómo interactúan uno con otro, de manera compleja, sin que sea posible clasificar definitivamente los actores y sus “razones” (en el sentido de Vatin, 1996).

Interesarse en la calidad implica entonces adoptar un punto de vista dinámico (la calificación) y pluridisciplinario, para tomar en cuenta sus dimensiones no solamente biotécnicas, sino también sociales (en el sentido amplio: económico, político, cultural, etc.). La calificación se da a nivel

sectorial (dentro de una cadena productiva), pero también puede darse a nivel de un territorio, de manera concomitante. Las claves de lectura sobre la construcción de la calidad serán movilizadas ahora para analizar las implicaciones de un concepto de calidad vinculado con el origen territorial de un alimento, como modalidad de calificación dentro del paradigma de la calidad identitaria.

3.5.2 La calidad territorial de un producto agroalimentario

La cuestión de la calidad y de la calificación en el sector agroalimentario revierte una dimensión particular en el campo de la economía de la calidad. Esa particularidad proviene tanto de la relación del alimento con la producción agropecuaria (clima, suelo, complejidad de los procesos biológicos involucrados, diversidad de las técnicas y prácticas,...), fuente de gran heterogeneidad de los productos y de una relación estrecha entre sistemas productivos agroalimentarios y recursos naturales, como de la especificidad del acto de consumo en el caso de los alimentos, que combina la búsqueda de diversos atributos (calidad sanitaria, nutricional, organoléptica). El consumo de productos alimentarios mezcla vínculos afectivos, identidad y preferencias gustativas, que definen una cierta *"cultura alimenticia"* (Bérard y Marchenay, 2004). El acto de consumo puede corresponder a *"un acto de construcciones de referencias identificatorias, en relación con una sociedad, un territorio, una cultura"* (Bom Kondé *et al.*, 2001). Responde a la vez a necesidades biológicas (nutrición) pero también de socialización (Fischler, 1990; Casabianca y Linck, 2004). Además, las cadenas productivas agroalimentarias se caracterizan a menudo por su complejidad (Malassis y Gherzi, 1996): la implicación de numerosos eslabones, la diversidad de los productos y de los atributos de calidad destacados, se vincula con una gran diversidad de las definiciones de calidad y de las formas de coordinación que implica, aun en una misma cadena o un mismo eslabón.

Por otra parte, el incremento de la movilidad de los individuos se correlaciona con una mayor atención hacia las singularidades locales y la idiosincrasia cultural (Bérard y Marchenay, 2004). Frente a la uniformización de los modos de producción y consumo traída por la globalización, la alimentación puede ser una modalidad de afirmación identitaria, de diferenciación. Los productos alimentarios (incluyendo bebidas) pueden ser entonces objetos de procesos de calificación territorial, al igual que los saberes tradicionales asociados. La calificación de los alimentos muchas veces se inscribe en un territorio: es obviamente el caso de una Indicación Geográfica, pero también puede ser el caso para otras formas de calificación (agricultura orgánica, comercio justo, circuitos de venta directa, etc.) que se apoyan en una combinación específica de recursos territoriales. También implica el conjunto de los eslabones de la cadena, del producto primario hasta el consumidor. La calificación territorial pone de relieve la dimensión identitaria y simbólica de la producción de alimentos, más

que para otros sectores. Así en este caso el territorio no es solamente un soporte material, sino también un soporte simbólico; es identidad.

Es probablemente por eso que el sector agroalimentario ha “nutrido” tantos análisis y reflexiones sobre la noción de calidad dentro del campo de la economía y de la sociología. Diferentes enfoques y problemáticas han sido tratadas: diferentes dimensiones de la calidad, relación con la producción, regulación de la calidad, carácter patrimonial de los alimentos locales, etc. Frente a la emergencia y el desempeño del mercado de alimentos diferenciados, se ha conceptualizado una primera distinción, entre calidad genérica y específica. Dentro de la calidad específica se distingue una categoría de productos cuya calificación se ha basado en el reconocimiento y la valorización de su vínculo con un territorio, en particular a través de sellos de calidad oficiales. Son estos conceptos los que serán analizados en los siguientes párrafos.

3.5.2.1 La noción de calidad específica

Si la uniformización de la calidad, bajo el modelo de *commodity*, ha participado en una mayor fluidez en las cadenas productivas, todavía existen diferentes dificultades e incluso formas de resistencia para su generalización. Los consumidores acostumbran a tener exigencias cada vez más heterogéneas y diversificadas, especialmente frente al cuestionamiento de las consecuencias sociales y ambientales del modelo productivista asociado al mercado de *commodity*. El cumplimiento de la función social del alimento conduce a nuevas exigencias del consumidor, nuevas expectativas. Por otra parte, algunos productores agropecuarios y agroindustriales denuncian el modelo productivista como un factor de degradación de sus condiciones de vida, y de desaparición de un gran número de actores, y reivindican el reconocimiento de la diversidad de la calidad.

Símbolo de esa resistencia, algunos productos han experimentado procesos de “*decomoditización*”, especialmente tras enfrentar situaciones de crisis grave. El ejemplo del café es ilustrativo. Objeto de intercambios internacionales, el café ha sido transformado en *commodity*, lo que permitió desarrollar su manejo en el marco de de bolsas de valor (precio internacional cotizado, operaciones a plazo, etc.). Sin embargo, tras la caída del precio internacional en la década de los 90’ y sus consecuencias desastrosas, muchos productores de café han reivindicado la particularidad de su producto: por los procesos de producción (orgánico), las propiedades organolépticas y/o el valor simbólico y cultural (café de altura y/o de origen), la organización social (comercio justo) (Muradian y Pelupessy, 2005). Los productores buscan así valorizar la calidad específica de sus productos, poniendo de relieve ciertos atributos, como estrategia alternativa a un mercado internacional que durante muchos años trató el café como un *commodity*, caracterizado por una calidad estándar.

Salais y Storper (1993) clasificaron los productos en función de dos criterios:

- En función del modo de producción, diferenciaron los productos estándares (elaborado a partir de una técnica conocida y difundida) y los productos especializados (elaborado con una tecnología propia al productor).
- Desde el punto de vista del mercado, distinguieron los productos genéricos (destinados a clientes anónimos) y los productos dedicados (destinados a clientes específicos).

Cada tipo de producto se asocia a modos de coordinación y de organización empresarial diferentes. En este sentido, *“product specificity derives from the realisation of the variety of coordination conventions among actors”* (Marescotti, 2000: 106).

Allaire y Sylvander (1997) retomaron la distinción genérico/específico en el caso de productos agroalimentarios, distinguiendo productos con calidad estándar y calidad específica. La calidad estándar se refiere a una visión industrial, de conformidad del producto en relación con normas y reglamentación estándares. *“Una calidad es, como característica de un producto, específica si sus condiciones de producción son basadas en recursos específicos, es decir no imitables, sea por razones técnicas, o sea por la especificidad de las transacciones, o sea por razones reglamentarias”* (Allaire y Sylvander, 1997: 38). Dicho de otra manera, se vincula con las especificidades de las condiciones de producción, y de las modalidades de intercambio. La especificidad de un producto alimenticio puede definirse entonces bajo tres ejes: la tecnología y la reproductibilidad del producto, el mercado (especificidad de los procedimientos de compra y venta, mercado dedicado o mercado genérico) y el modo de gobernanza (territorial o sectorial, según la localización de los diferentes operadores de la cadena productiva y el anclaje territorial de las estrategias de producción y comercialización de los diferentes operadores de la cadena productiva; y la articulación entre dinámicas individuales y colectivas de calificación de los productos). Obviamente, se puede y se debe hacer un paralelo con la noción de recursos específicos presentada anteriormente. En efecto, la calidad específica se vincula en la incorporación en el producto de recursos específicos (en relación con la tecnología, como los saber-hacer; y/o con el mercado, como redes sociales), o más bien de una combinación de recursos. En el caso de un queso tradicional, la especificidad de su calidad será entonces inseparable de la especificidad de los recursos territoriales, y de cómo son apropiados (es decir (re)producidos, manejados y utilizados) por los actores de la cadena productiva.

En el caso del sistema lechero mexicano, se puede constatar que se ha estructurado principalmente alrededor de productos estándares: leche en polvo y otros lácteos importados, estandarización de la producción nacional de lácteos, definición de estándares estrictos de producción (normas). Sin embargo, sigue una parte del SLM al margen de este “mundo industrial”, en particular la cadena productiva de quesos tradicionales. Frente a las dificultades que impone la hegemonía del modelo industrial, algunos queseros están tratando de poner de relieve la

especificidad de sus productos para lograr un mayor reconocimiento del mercado, y crear un nicho de mercado y captar una renta de calidad. Es el reto que representa para ellos la calificación territorial de su producción.

3.5.2.2 La calificación territorial de los productos agroalimentarios

La calidad, aun específica, se evalúa, se renegocia periódicamente, por lo cual es más adecuado hablar de proceso de calificación, en el cual se construye la especificidad. Dentro del concepto de calidad específica, se puede considerar un tipo de calidad particular en relación al territorio, que remite a procesos de calificación territorial. De hecho, Hirczak (2007) asoció la calidad específica de productos alimenticios con el territorio y sus recursos.

Cuadro 1: Definiciones de los conceptos de tipicidad de terruño (Casabianca et al., 2005)

“La tipicidad de un producto agropecuario es la propiedad de pertenencia a un tipo, basada en saberes [de reconocimiento] y construida a partir de las especificidades del tipo. Expresa también una propiedad de distinción de su categoría en relación a productos similares o comprobables, que fundamenta la identidad del tipo. Conlleva una variedad interna al tipo y no debe ser confundida con la conformidad a una norma. Esas propiedades de pertenencia y de distinción son descritas por un conjunto de características de naturalezas diversas (técnicas, sociales, culturales,...) señaladas y revisadas por un grupo humano de referencia. Estas propiedades se basan en saberes distribuidos entre numerosos actores, incluyendo a los productores de materia prima, los procesadores, los actores de la reglamentación, los consumidores-expertos. Un saber-establecer, que asegura la génesis de la tipicidad, construye la identidad del tipo y asume revisiones periódicas; un saber-producir, a través del cual se expresa la capacidad de los operadores en gestionar procesos orientados por la obtención de productos típicos; un saber-evaluar, que se moviliza a través de pruebas concebidas para asegurar un juicio sobre la tipicidad; un saber-apreciar, que supone una capacidad del consumidor que comparte con el grupo humano de referencia la intimidad con el producto típico. Entre las múltiples expresiones de la tipicidad, la tipicidad vinculada al terruño es una construcción peculiar que concretiza el efecto del terruño para un producto dado.”

“Un terruño [en el sentido de la palabra “terroir” en francés] es un espacio geográfico delimitado, donde una comunidad humana ha construido en el transcurso de la historia un saber intelectual colectivo de producción, basado en un sistema de interacciones entre medios físicos y biológicos, y un conjunto de factores humanos, en lo cual los itinerarios socio-técnicos implicados, revelan una originalidad, confieren una tipicidad y generan una reputación, para un producto originario de ese terruño.”

La calificación territorial es entonces el proceso de construcción, definición y reconocimiento de la calidad de un producto, en relación con su origen. Es por lo tanto asociado a una serie de recursos territoriales movilizados e incorporados en el producto. Se vinculan con las nociones de “terruño” y “tipicidad” (Cuadro 1). Estas nociones sirven a definir la calidad de un producto, en función de su tipicidad y del terruño en el cual está anclado, y se relacionan con el concepto de Indicación Geográfica¹⁴⁰.

¹⁴⁰ La calificación territorial puede sin embargo centrarse alrededor de otras dinámicas que una indicación geográfica: comercio justo, agricultura orgánica, organización de circuitos cortos o comercio justo por ejemplo. Sin embargo, para más claridad, y dado que este trabajo se enfoca en quesos tradicionales que reivindican una indicación geográfica, se considera la calificación territorial como la asociación entre un producto y su origen geográfico, en base a la noción de Indicación Geográfica tal que definida en el marco de referencia.

El vínculo entre calidad del producto y su origen es mediatizada por los recursos territoriales. En efecto, la calidad específica de un producto, su tipicidad, encuentra su origen en la especificidad de los recursos movilizados en su producción. Se tratan tanto de los recursos materiales (clima, suelo, equipos de producción, etc.) como de los recursos inmateriales (saber-hacer, reputación, convención de calidad, organización del trabajo, etc.) que permiten calificar el producto. Esta perspectiva muestra toda la complejidad de la calidad, que depende de múltiples factores. Por ejemplo, a nivel de los quesos, Regnault (2004) mostró la importancia de las condiciones de producción de la leche (especialmente la alimentación) en las calidades sensoriales (color, textura, sabor) de los quesos (especialmente maduros, pero no sólo, incluso hay una diferencia en el sabor de la leche), dado que, en función de las prácticas ganaderas, la composición de la leche varía: ácidos grasos, carotenos, terpenos, plasmína. También tienen efectos sobre la acidificación y actividad antimicrobiana. La tecnología quesera tiene por supuesto una gran importancia, y su impacto se combina de diferente manera con las condiciones de producción de la leche según el tipo de queso. Pero también entran en juego la organización del trabajo, las condiciones de comercialización, etc. y sin hablar de otros atributos de calidad, como la calidad simbólica, que se construye en paralelo a los otros atributos. En tal sentido, la calidad específica es la resultante de una sucesión compleja de procesos movilizando diferentes recursos territoriales, que contribuyen a caracterizar diferentes atributos intrínsecos y extrínsecos. Por eso es una noción compleja, profundamente distinta de la calidad genérica¹⁴¹ (Hirczak, 2007), en interacción con la “calidad del territorio” que participa a su vez a especificar. De esta manera, elaborar y analizar una IG implica una reflexión que integra aspectos técnicos, y factores naturales históricos, económicos y culturales (Casabianca *et al.*, 2005).

Retomando la definición de la calidad específica de Allaire y Sylvander (2005), se puede definir la tipicidad de un producto local como una doble especificidad de tecnología y de mercado, asociada en general (pero no necesariamente) con una forma de gobernanza territorial. De hecho, un producto local típico, con sello de calidad (IG) o reconocimiento informal, asocia una calidad intrínseca (organoléptica, sanitaria, etc.) vinculada con el proceso de producción (lo que también puede tener un producto industrial y normado) y una calidad de imagen y de origen, construida en el tiempo en relación con un territorio dado, que le confiere una ventaja diferenciativa en el mercado (un posicionamiento específico) (Bérard y al., 2005). Casabianca *et al.* (2005) consideraron esa doble especificidad desde la perspectiva de los saberes que la construyen. Insistieron particularmente en la importancia de un conjunto de saberes implicados en el reconocimiento de la calidad: saber-producir, saber-establecer, saber-evaluar y saber-apreciar. Un proceso de calificación territorial de

¹⁴¹ Hirczak (2007) distinguió tres estrategias o trayectorias de desarrollo en función del tipo de calidad privilegiado: estandarización y productividad, diferenciación y calidad genérica, y especificación y calidad específica.

un producto remite entonces a la definición y validación de esos saberes. La atribución de una IG los institucionaliza, los reconoce oficialmente, y a través de ellos reconoce el tipo (la calidad) que estos saberes participan en conformar, en relación con un terruño particular (que también es definido dentro del proceso de calificación). Pero este proceso de selección de los saberes no es algo ni objetivo, ni “natural”. En efecto, los saberes en relación con un mismo producto tradicional son a menudo diversos. La transmisión de los saberes técnicos, incluyendo una parte más o menos importante de saberes tácitos, puede crear diversidad en las prácticas de una misma zona geográfica (Bérard y Marchenay, 2004). El saber no es algo fijo sino construido a lo largo del tiempo a través de aprendizajes, en base a un sistema de interacción entre el entorno natural y humano. Por lo tanto, su repartición cambia siempre, en el espacio y el tiempo.

Los actores productivos (productores agropecuarios y agroindustriales) tienen un papel clave, ya que están a la interfaz entre los recursos territoriales (con su potencial) y el consumidor (con sus exigencias) (Cerdan, 1999). Pero el proceso implica también a todos los actores de la cadena hasta los consumidores, en base a los saberes que caracterizan cada eslabón, y en interacción con el marco regulatorio. Cuando la relación entre el productor y el consumidor es directa, la calificación territorial se apoya en la proximidad que existe entre los dos. Sin embargo, dado la distancia cada vez más grande entre el productor y consumidor (distancia física, numerosos intermediarios, desconocimiento de los procesos productivos por parte del consumidor), se hace cada vez más necesaria la elaboración de instrumentos de intermediación, por ejemplo con un sello de calidad que actúa como una señal que informa sobre la calidad específica del producto.

3.5.2.3 Señal y calificación territorial

El creciente distanciamiento físico y socio-cultural entre productor y consumidor¹⁴² (Marescotti, 2000; Linck *et al.*, 2006) ha creado nuevas incertidumbres y problemas de coordinación, que afectan la transmisión de la calidad a lo largo de la cadena. Tal situación ha favorecido procesos de selección adversa y oportunismo, penalizando los productos de calidad, en particular los productos locales. Así un sello de calidad territorial, como una IG, constituye una herramienta para acortar la distancia física y socio-cultural entre productor y consumidor. Un sello de calidad puede permitir de (volver a) crear vínculos, reforzar la proximidad y formalizar las respuestas de los productores a las nuevas exigencias de los consumidores.

¹⁴² El distanciamiento entre el productor y consumidor en el sector agroalimentario es a la vez físico (separación entre zonas de producción, rurales y de baja densidad, y de consumo, urbanas; alargamiento de las cadenas productivas) y socio-cultural (desconocimiento de las condiciones de producción y de vida de los actores productivos, que a su vez ignoran a menudo las expectativas y problemas del consumidor; desvinculación entre la dimensión patrimonial y mercantil del alimento; despersonalización de las relaciones en la cadena).

El origen de los productos (y eventualmente los sellos relacionados) constituyen garantías de calidad desde el punto de vista del consumidor, que funcionan como “proxy de la calidad” (Valceschini, 2000; Requier-Desjardins, 2004b). En efecto permiten evaluar otros atributos de calidad (sabor, condiciones de producción, etc.). Establecen vínculos de proximidad y confianza entre productores y consumidores (Hubert, 2001). Pero como el origen de un producto y sus condiciones de producción son por naturaleza atributos de creencia, es a menudo difícil para el comprador verificarla. De tal forma, su evaluación se apoya en las relaciones sociales. Para Allaire (2002: 171), *“el mercado puede tomar en cuenta esas calidades [orgánico, de origen, etc.], si existen mecanismos de confianza que aseguran la efectividad de estos atributos inmateriales como calidades mercantiles. Lo que está entonces en juego es la diferenciación cualitativa de los productos y de los mercados a través de procedimientos de evaluación apropiados”*.

En respuesta a la asimetría de información y al riesgo oportunista (p. ej. engañar sobre el origen y las condiciones de producción), diferentes formas de coordinación son posibles. Akerlof (1970) y Darby y Karni (1973) mencionaron las marcas, franquicias, diplomas, garantías, publicidad, o relaciones directas con los clientes. También el establecimiento de circuitos cortos de comercialización (o canal directo) permite reforzar la proximidad¹⁴³. La teoría de la señal (Spence, 1973, citado por Moureau y Rivaud-Danset, 2004) se interesó a la emisión de una señal por el vendedor para informar el comprador sobre la calidad del objeto de la transacción. La eficacia de tal señal depende de la relación entre costos y beneficios de su emisión: esta relación debe ser benéfica para los que ofrecen buena calidad, y penalizar al vendedor de mala calidad. Sólo de esta manera es posible segmentar un mercado, apoyándose en la diversidad de las preferencias de los consumidores. Si los vendedores de buena y mala calidad emiten la misma señal, se mantiene el problema de selección adversa.

Los sellos de calidad, que garantizan ciertos atributos de un producto (como las IG), constituyen señales de calidad, que permiten convertir un atributo (el origen del producto) en un atributo de búsqueda (ya sea del logo o nombre del sello) (Carimentrand, 2008). A la diferencia de las normas oficiales, los sellos son de observancia voluntaria. Pueden ser de diferentes tipos: sellos oficiales de calidad (establecidos por los poderes públicos; por ejemplo las denominaciones de origen), sellos

¹⁴³ Este tipo de cadena, dominante antes del desarrollo de la producción y consumo de masa, es hoy reactivada, pudiendo incluir además la idea de solidaridad y sociabilidad, y la creación o reactivación de lazos sociales. Es otra concepción del “local food”, particularmente destacada en los países anglosajones (incluyendo Estados Unidos) y escandinavos, mientras que el “local food” tipo IG es más presente en los países de Europa Latina (Girou, 2006; Fonte, 2008). En el caso de los circuitos cortos, se busca reducir la distancia física y sociocultural, mientras que las IG se enfocan sobre todo en la segunda dimensión, su diseño siendo de hecho al origen un instrumento para la comercialización de los productos en otros lugares que su región de origen.

privados (con la intervención tercero certificador; por ejemplo los sellos de comercio justo), marcas privadas (reguladas por autocontrol; por ejemplo las marcas colectivas). Sin embargo, una señal no resuelve de por sí misma el problema de la asimetría de información: ¿Cómo asegurarse de la pertinencia, credibilidad y veracidad de un sello de calidad? El valor que otorga un comprador a un sello depende de su capacidad de captar su atención (y de aportar información clara), de quién lo define (sector público o privado; organismo nacional o internacional; asociación no-lucrativa o empresa) y lo controla (autocontrol; tercero-certificador, acreditado o no por el Estado; relación entre el certificador y los productores), y cómo. El problema informacional se desplaza del producto a la señal, del productor al certificador. Esta situación implica un reconfiguración de las formas de coordinaciones, pero también de las relaciones de poder y de la distribución del valor agregado en la cadena (Ponte y Gibbon, 2005; Muradian y Peluppessy, 2005; Hatanaka y Busch, 2008; entre otros).

En los términos de la economía de las convenciones, una señal permite reforzar y/o activar una convención de calidad, o una combinación de calidad, revelándola (Marescotti, 2000). Constituye un soporte, un marcador, que materializa la convención, y posibilita las “equivalencias”. Corresponde a una “inversión de forma” (“*investissement de forme*” en francés) que vuelve explícita la coordinación y la estabiliza. Permite también destacar y jerarquizar tal o cual atributo o combinación de atributos de calidad de un producto. En este sentido, la existencia de diferentes señales para un mismo producto se correlaciona con la existencia de diferentes canales comerciales “convencionales”. En fin, para una misma señal, pueden existir diferentes convenciones de calidad entre los diferentes eslabones. Una IG es entonces una inversión de forma, colectiva, que permite transformar un conjunto complejo de atributos de calidad en un atributo sencillo, más cómodo de identificar y entender.

Los sellos de calidad constituyen señales que aportan información, pero siempre de manera incompleta. Son por lo tanto calificados de “atajos informacionales” (Carimentrand, 2008). Esto puede favorecer el desfase entre la realidad del producto (condición de producción, características) y las representaciones que se hacen los consumidores de lo que significa el sello. El desfase puede conducir a estrategias oportunistas de uso de un sello, aprovechando por ejemplo la imagen y reputación de una región de producción (y la renta asociada) para productos producidos en otra región y en otras condiciones que las que se acostumbran. Por otra parte, existe un riesgo de distorsión de la competencia en relación con los sellos, a través de un entente entre los productores, o al contrario a través de relaciones de poderes asimétricos, que favorecen tal producto en detrimento de otro (Coestier y Murette, 2004). Por eso muchos sellos de calidad asocian formas de

autorregulación, con certificación por tercero y/o regulación de “segundo orden”, vigilada por el Estado (acreditación de los certificadores, leyes y reglas sobre los sellos de calidad, etc.).

Otro riesgo inherente a los sellos de calidad es su multiplicación. En efecto, entre los sellos públicos y privados, de diferentes naturalezas jurídicas, con diversos enfoques (ambientales, sociales, calidad del producto, etc.; con cada vez más una combinación de varios enfoques), el consumidor debe hacer frente a una cantidad de información que sobrepasa su capacidad cognitiva. En lugar de orientarlo, la multiplicación de los sellos podría más bien desorientarlo (Coestier y Marette, 2004; Moureau y Rivaud-Danset, 2004; Carimentrand, 2008). Aguilar y Lozano (2006) destacaron así los problemas relacionados con una generalización de los sellos de calidad en el caso de las denominaciones de origen de aceite de oliva en España.

El uso de sellos de calidad es un modo de coordinación en las cadenas productivas agroalimentarias cada vez más importante. El sector es de hecho pionero en el diseño y movilización de sellos públicos, privados o mixtos, en particular para la calidad territorial (Coestier y Marette, 2004). Así las indicaciones geográficas son cada vez más presentes, bajo diferentes figuras jurídicas: denominación de origen, indicación de procedencia, indicación geográfica protegida, marcas colectivas, marcas de certificación. El control de la reproducción y del uso de esta calidad inmaterial del producto se volvió entonces un reto estratégico para la competencia (Allaire, 2002), tanto entre productos como entre territorios.

Atrás del sello (que resulta de un proceso complejo de calificación), los conocimientos, instituciones y relaciones entre actores que intervienen en la definición de la calidad y sus traducciones técnicas constituyen una clase de recursos, que los productores pueden movilizar durante el proceso de producción y de comercialización. En el caso de una IG, estos recursos son por naturaleza colectivos y territoriales, puesto que se basan en un proceso de construcción y reputación colectivas. Así una IG es más que una señal: es un bien común, un patrimonio colectivo.

3.6 La calificación territorial desde la perspectiva de la construcción y del manejo de un bien común

La calificación territorial de un producto puede apoyarse en diferentes formas de coordinación: relación directa productor/consumidor, o sellos de calidad tipo indicación geográfica (IG). En el segundo caso, el sello no emerge bajo el mando de cualquier mano invisible que controlaría al mercado, sino que es resulta de un proceso colectivo complejo. El fruto de tal proceso, el sello y la imagen o reputación asociada, es a su vez un objeto colectivo, cuya reproducción y uso es bajo el control de un grupo de actores dados. De esta manera, tanto por su producción como por su uso, una IG es un recurso común, un patrimonio colectivo. Por eso se analizará lo que implica ver la construcción de la IG como la producción de un bien común, y sus impactos potenciales en la trayectoria de desarrollo del sistema agroalimentario localizado. Primero se volverá a movilizar el enfoque patrimonial para conceptualizar las relaciones que unen calidad, territorio y grupo social, y como se imbrica la calificación territorial en la dinámica de un Sial, como lugar de (re)producción, manejo y uso de recursos territoriales.

3.6.1 La calificación territorial y la apropiación de un patrimonio colectivo

La patrimonialización ha sido definida como una *“construcción mental, efectuada por una sociedad o un grupo acerca de un bien que está cargado de un fuerte valor con carácter utilitario pero también simbólico. Una comunidad toma entonces consciencia de su responsabilidad hacia tal de sus bienes que se vuelve entonces extremadamente valorizado por sus miembros. Habiendo heredado este bien de sus ancestros, el grupo se da como objetivo de transmitirlo a las generaciones futuras. Esta voluntad de sobrepasar los incertidumbres del tiempo es tanto más manifiesta que el patrimonio es a menudo reconocido como un bien frágil y perecedero, susceptible de ser alterado, incluso destruido si no beneficia de una atención especial. Al mismo tiempo, este bien es percibido como un vínculo entre las generaciones y adquiere un valor identitario para el grupo”* (Boutrais, 2002, citado por Petit, 2009: 11). Si esta definición se aplica al patrimonio natural y a la constitución de “comunidades patrimoniales” para su manejo, se aplica también a la calificación territorial de un producto, por ejemplo vía una Indicación Geográfica; integra las dimensiones identitarias y económicas de la apropiación de un producto local. De hecho, procesos de calificación territorial y patrimonialización son dos conceptos que se enriquecen mutuamente.

Para Barthélémy (2005: 199), abordar el patrimonio pasa por el análisis de los *“derechos de apropiación y/o uso de los bienes soportes de la perpetuación de un grupo”*. En una perspectiva similar, Greffe (1999: 40) mencionó que *“(…) el estatuto de patrimonio es el resultado de procesos, repetidos o rotos, de apropiación y reapropiación”* que se suceden en el tiempo. En este sentido, la

patrimonialización alude a un fenómeno de apropiación, que determina las condiciones de uso (a menudo individual) de los recursos, pero también de su (re)producción y manejo (a menudo colectivos). La apropiación remite a la forma de control de los recursos territoriales, colectivos por naturaleza (LRDE, 2008). Se puede aplicar a recursos aislados (reserva de agua, minerales, tierras, etc.), pero también a un conjunto de recursos que forman un sistema (bienes complejos). Se analizará la apropiación enfocando una producción (con sus propios limitantes) y en un contexto territorial dado (con sus propios limitantes); de tal forma se podrá identificar los recursos objetos de la apropiación y analizar los dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos que enmarcan la (re)producción y el uso de los recursos territoriales, y establecen las condiciones de la relación entre un objeto o un conjunto de objetos y un grupo humano, en el espacio y en el tiempo.

Para Linck (2006), la apropiación (colectiva) patrimonial remite a cuatro dimensiones: reconocer y nombrar; identificación e identidad; acceso y uso; manejar y transferir. En el mismo sentido, se puede ver como un proceso iterativo, que se desarrolla en dos tiempos (François *et al.*, 2006):

- El tiempo del discurso: selección y justificación (modificación del estatuto; contextualización);
- El tiempo de la acción: conservación (modificación del estado; rehabilitación y preservación), exposición (modificación de uso) que puede dar lugar a una valorización (explotación comercial).

La construcción y manejo de una IG, como bien colectivo territorial, como patrimonio colectivo (vinculado con un Sial), remite a un proceso de patrimonialización. Moviliza de un lado los recursos incorporados a un producto (saberes técnicos y relacionales, reputación, recursos naturales, etc.), y por otro lado produce un recurso, el sello IG, puesto a la disposición de los actores locales. Por lo tanto, una IG puede ser analizada como la definición de modalidades colectivas de apropiación (patrimonial) de recursos territoriales. Estas reglas se vinculan con formas de control, sanciones y exclusión. Definen quien tiene el derecho de acceso a los recursos, y cómo. Por lo cual se puede decir que la apropiación de los recursos remite al control los dispositivos técnicos, institucionales y cognitivos vigentes. La capacidad de los actores para “controlar” estos dispositivos, les da una ventaja para orientar las elecciones colectivas y apropiarse un recurso patrimonial/territorial. Además, la configuración misma de un recurso patrimonial se vincula con las modalidades de apropiación de ese recurso (Linck, 2007).

Se puede modelizar la interacción entre los tres tipos de dispositivos mencionados, que fundamentan la apropiación de los recursos, de la manera siguiente (Figura 25):



Figura 25: Modelización de la apropiación colectiva de recursos patrimoniales (elaboración propia, inspirada por LRDE, 2008)

- Los dispositivos institucionales, formales e informales, definen los contornos de la arena de confrontación entre estrategias individuales; son las reglas del juego: leyes, normas, convenciones de calidad, etc. Se definen a diferentes escalas: a nivel global (leyes y normas, políticas públicas de desarrollo agropecuario y rural, política industrial); y a nivel local, con los arreglos locales; a menudo informales (costumbres, *habitus*,...). También se integran aquí las diferentes formas de organización o coordinación (empresa, redes, interprofesiones, etc.) que se enmarcan en la arquitectura institucional definida por las reglas formales e informales.
- Los dispositivos institucionales son estrechamente vinculados con los dispositivos cognitivos (ideas, saberes, información, representación y simbólica, ideologías, estatutos de los diferentes saberes y conocimientos), considerándolos como elementos de coordinación y convergencia (o al contrario de divergencia) de las estrategias, pero también como fuentes de poder (como lo dijo Bacon, “*el saber es poder*” [*“knowledge is power”*]). Constituyen las tramas cognitivas compartidas entre los actores del territorio, o dentro de grupos específicos (grupos profesionales¹⁴⁴, políticos, familiares, etc.). Faure (1998) insistió en la dimensión cognitiva de un proceso de patrimonialización, y en las nociones de transmisión de los saberes, aprendizajes, e interacción (dominio y oposición; aprendizaje mutual y complementariedad) entre los diferentes tipos de saberes (tácito, técnico, y científico), con los valores que conllevan. Destacó también la relación entre el control de los dispositivos cognitivos, de los saberes, y la legitimidad social de un grupo, su capacidad en influir en las decisiones y orientaciones de la sociedad.
- Los dispositivos técnicos remiten a las prácticas de los productores. Incluyen la cuestión de las innovaciones técnicas. Es importante destacar la interdependencia entre dispositivos técnicos y dispositivos institucionales y cognitivos, que orientan las elecciones técnicas, mientras que las prácticas y técnicas influyen sobre las representaciones y la construcción de identidades socio-técnicas (o profesionales). Así, las leyes y normas técnicas enmarcan las opciones técnicas, y pueden favorecer un modelo de producción frente a otro. Los dispositivos técnicos se relacionan también con los limitantes materiales (vinculado al producto y al territorio), y las

¹⁴⁴ Los dispositivos cognitivos de un grupo profesional remiten en particular al conjunto de ideas, conocimientos, saberes, informaciones transmitido durante la formación de los profesionistas (técnicos, ingenieros, maestros, funcionarios, u otros).

interdependencias que existen entre las técnicas y la producción, reproducción y uso de los recursos territoriales/patrimoniales. Por otro lado, se plantea que el cambio técnico no es neutral y que debe analizarse desde el ámbito de la acción colectiva (Barragán *et al.*, 2010). Las opciones técnicas privilegiadas son proyectadas en reglas explícitas, estrictas, reconocidas y legitimadas.

Los dispositivos institucionales son por naturaleza colectivos: son las reglas que rigen las interacciones humanas. Sin embargo, los dispositivos cognitivos y técnicos son a la vez colectivos (dependen de dinámicas colectivas) e individuales (ya que son caracterizados a nivel del individuo, de sus prácticas y representaciones). Por otra parte, la acción individual puede influir en los dispositivos institucionales, su emergencia y transformación. Estos tres tipos de dispositivos remiten entonces a la confrontación entre intereses y estrategias individuales y colectivas, competencia y cooperación, identidad y proximidad, relaciones de poder, conflictos y consenso. Se inscriben al punto nodal entre lo individual y lo colectivo.

En el caso de una IG, el pliego de condiciones (o reglas de uso) puede ser considerado como un dispositivo institucional que plasma e institucionaliza ciertos dispositivos cognitivos y técnicos, y excluye a los demás. Es el fruto de un consenso, tras la confrontación de diferentes puntos de vista para llegar a una posición única. Tal consenso es obviamente estrechamente vinculado con las relaciones de poder: no significa que el acuerdo es total entre todos, sino que no hay otra opción. De esta manera, como arena de debate y de proyección en el futuro (Landel y Senil, 2009), un proceso de patrimonialización remite a un conjunto de conflictos y acuerdos/consensos; que sean los geógrafos, economistas, sociólogos o antropólogos, todos incorporaron el conflicto como elemento clave en el análisis de la patrimonialización; “*el patrimonio de algunos no es él de otros*” (Chevallier *et al.*, 2000: 28).

La patrimonialización implica nuevos usos, nuevos actores, nuevos territorios (con eventualmente un cambio de escala, de lo local hacia una escala más amplia), nuevas legitimidades (Chevallier *et al.*, 2000). Es un proceso complejo, involucrando una multiplicidad de actores diferentes e interconectando diversas problemáticas (por ejemplo tenencia de la tierra, disponibilidad de mano de obra, aspectos técnicos, etc.), y que despierta interrogaciones en cuanto a los intereses, representaciones y saberes de cada participante, y su legitimidad (Bérard y Marchenay, 1998; Faure 1998). Remite a la constitución de una “comunidad de identidad” entre actores que anteriormente estaban en situación de conflicto (por competencia en el mercado o para el uso de tal o tal recurso, por sostener diferentes ideologías) (Barrère *et al.*, 2005).

Cada IG, como proceso de patrimonialización, es un proceso particular, idiosincrásico. Según la historia y la voluntad de una población para apropiarse y poner de relieve una producción local, se

puede atribuir a un producto un estatuto “más o menos” patrimonial. La calificación de un queso, mediante una IG, remite a la construcción y apropiación de los marcadores de la identidad territorial del producto. Esta apropiación no es algo estable, definitivo, sino que está en perpetua renovación, replanteándose la relación entre pasado, presente y futuro a través del objeto patrimonializado. Un producto alimenticio tradicional se puede enmarcar en trayectorias diferentes, debido a la selectividad del uso patrimonial, que puede variar en el tiempo (Bérard y Marchenay, 2004): productos reconocidos (eventualmente con un sello de calidad), productos en fase de recuperación o renacimiento (por ejemplo vía una IG), productos que no logran a emerger a pesar de su potencial (por falta de interés por la población local, o problemas de coordinación), productos que tienden a perder su especificidad o desaparecer (incompatibilidad con la evolución de los modos de consumo; o éxito comercial que conduce a una modificación de su producción, por ejemplo para aumentar la productividad).

La situación de los quesos tradicionales mexicanos ha mostrado claros signos de despatrimonialización. La despatrimonialización de un producto es un proceso durante el cual el componente patrimonial de un producto (valor patrimonial, relación específica con un grupo, en el tiempo y el espacio, etc.) desaparece, se desvincula del producto, o es usurpada. El producto se caracteriza entonces solamente por su dimensión mercantil. Es por ejemplo lo que ha pasado con el queso Oaxaca: a pesar de su nombre, este queso casi no se produce en su cuna de origen (o muy poco) y sus condiciones de producción han sido bastante uniformadas (Linck, 2005b; Linck *et al.*, 2006). Ya no es el patrimonio del Valle de Etna, Oaxaca, de donde se origina. Lo mismo está pasando con otros quesos, a nivel más o menos avanzados (especialmente en función de la extensión del mercado y del éxito comercial del queso): queso Cotija, queso Chihuahua, queso Crema de Chiapas, queso de poro de Tabasco, queso bola de Ocosingo, etc. La despatrimonialización, en este sentido, se puede asimilar a un fenómeno de desterritorialización. En efecto alude a la desincorporación de los recursos territoriales (materiales e inmateriales) de los productos, que pierden entonces su territorialidad, su vínculo con el territorio. La situación material de escasez de leche en México crea condiciones favorables a un concepto “desterritorializado” de la calidad, y facilita su manipulación.

Frente a eso, algunos productores están tratando de reapropiarse su patrimonio colectivo y revalorizarlo a través la construcción y el manejo de una indicación geográfica. Si se destacó la lógica colectiva que sustenta este proceso, se necesita ahora desarrollar un esquema analítico adecuado para entenderlo, movilizándolo en particular los trabajos sobre bienes y recursos públicos y colectivos, así como otra vez los aportes de la economía de las convenciones.

3.6.2 Indicaciones geográficas y provisión de un bien común

Un proceso de calificación de un producto es por naturaleza infinito, en el sentido que no tiene ni principio, ni final. Un producto es siempre (evaluado reevaluado, (calificado y recalificado; su calidad no es algo definitivo. Sin embargo, frente a la incertidumbre que impediría teóricamente los intercambios y la formación de un mercado, los actores establecen dispositivos más o menos estables, que permiten señalar la calidad. La figura de Indicación Geográfica, sello oficial de calidad basado en el uso de una denominación geográfica, y protegida bajo diferentes regímenes posibles (similar al sistema de marcas, tipo Marca Colectiva, o sistema *sui generis* tipo Denominación de Origen), es un ejemplo de señal de calidad, que enmarca y estabiliza parcialmente la calidad de un producto dado.

La construcción de una IG remite así a la emergencia de una figura jurídica, elaborada de manera colectiva. Se analiza como la emergencia de dispositivos institucionales, es decir un conjunto de reglas, asociado a formas de organización (un consejo regulador, un sindicato, una interprofesión, etc.). Estos dispositivos no son de “orden espontáneo” (según la clasificación de Hayek) sino que remiten a una construcción social. La construcción y el manejo de una IG alude a una arena sociopolítica (Moity-Maizi y Amilien, 2008), en la cual interactúan actores de la cadena productiva (productores primarios, procesadores, comercializadores), actores públicos (gobiernos locales y nacionales, administración a cargo de las IG), académicos (investigadores y universitarios), consumidores; es decir los diferentes actores de un Sial, así como actores extra-locales). Cada actor tiene una o varias expectativas en cuanto a la IG: cambio en la distribución del valor agregado en la cadena, regulación de la oferta, diferenciación, inserción en mercados globales, respeto de las normas oficiales, preservación y valorización del patrimonio natural y cultural,... Estas diferentes expectativas, que se vinculan con diferentes retos, intereses, estrategias y representaciones, se confrontan (e incluso a menudo se revelan) en el momento de establecer una IG.

La construcción de una IG es un momento estratégico, debido a la importancia económica, social y política de la definición de la calidad. Implica la existencia de espacios de diálogo y negociación entre los diferentes actores. Es “una construcción social que se basa en prácticas, representaciones, itinerarios técnicos” (Cerdan, 1999: 34). Además, una IG remite a tres niveles o escalas, que complican su aprehensión: prácticas individuales, reglas colectivas y marco político (Allaire y Théveno-Mottet, 2009). Esto conduce a subrayar varias preguntas sobre las dinámicas particulares asociadas con una IG: ¿Cuáles atributos, criterios y convenciones para definir la calidad? ¿Cuál tipo de sellos oficial o privado? ¿En cuáles arenas se define y se legitima una IG? ¿Cuáles son los actores implicados, sus objetivos y estrategias, su posición socioeconómica y política? ¿Cuáles son las reglas

del juego para el acceso a los recursos territoriales incorporados, determinantes en la calidad territorial del producto?, ¿Cuáles sanciones para los que hacen un uso inadecuado de la certificación?, ¿Existe un fuerte anclaje territorial de los actores y de los procedimientos de definición y regulación de la calidad (gobernanza territorial o sectorial)? Contestar a esas preguntas conduce a interrogar la capacidad de acción colectiva a través de procesos de innovaciones técnicas, organizacionales e institucionales.

Al final, la obtención y puesta en marcha de una IG (sea bajo la forma de una denominación de origen, de una marca colectiva, u otro) puede ser vista desde varias perspectivas: acción colectiva funcional, en el sentido de la construcción de un recurso territorial (Boucher, 2004); patrimonialización (Bérard y Marchenay, 2004; Faure, 1998; Linck, 2005a); forma de organización híbrida¹⁴⁵ (Ménard, 2004); sello asociado a un conjunto de innovaciones, en particular institucionales y organizacionales (Fournier, 2008); bien y servicio públicos, asociados a un derecho (Sylvander *et al.*, 2007); bien de club (Torre, 2002); simple figura del derecho de propiedad (bien privado); un recurso común producido (Requier-Desjardins, 2004b). Cada perspectiva permite enriquecer el debate, a partir de un enfoque analítico. Son de hecho complementarios a diferentes niveles e incluso coinciden en varios aspectos.

Se bordará una IG como un bien complejo, vinculado a dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos, que constituyen en sí un recurso común (o colectivo)¹⁴⁶. Así el establecimiento de una IG puede ser analizada como la producción, la provisión o la construcción de un bien común. Requiere de los actores que se movilicen e impliquen alrededor de un objetivo colectivo¹⁴⁷, para producir, manejar y utilizar este bien común. Es lo que se estudiará a continuación, movilizándolo los trabajos sobre los bienes y recursos comunes, los bienes club y bienes públicos. Sin embargo, la reflexión no se limitará a una perspectiva utilitarista, como lo hacen la mayor parte de los trabajos de la corriente de los costos de transacción, u otros estudiosos del manejo de los “comunes”. Las motivaciones no pueden limitarse a una lógica de maximización de los beneficios económicos, sino que entran en juego otras visiones, otros intereses. Por lo cual se movilizarán también los aportes de la economía de las convenciones sobre los registros de justificación para entender y caracterizar las motivaciones que animan los diferentes actores, y sus interacciones (oposiciones y consensos).

¹⁴⁵ En esta lógica, una IG remite a establecer formas de coordinación que preservan la autonomía de los actores, los cuales delegan a una entidad de coordinación cierta autoridad, y movilizan diferentes contratos.

¹⁴⁶ En este trabajo no se diferencian las dos terminologías, que aluden sobre todo a diferencias de vocabulario entre los autores.

¹⁴⁷ El objetivo de un proceso de calificación es la construcción y la valorización de un recurso común, el producto local. Este objetivo convive con los objetivos individuales de cada actor. Esos dos niveles se complementan y/o se confrontan, y es en la mediación entre los dos que se definen al final las estrategias y las acciones.

3.6.2.1 Las indicaciones geográficas y las nociones de bien público y bien colectivo

Un sello IG¹⁴⁸ no es ni un bien privado, ni un bien público puro, según la clasificación de la economía pública (Cornes y Sandler, 1996, citado por Torre, 2002) (Tabla 6): una IG es exclusiva (su beneficio es reservado a un grupo local, con barreras de entrada), pero su consumo no es objeto de rivalidad (usar una IG no reduce el uso que otro puede hacer de ella). Así, para Torre (2002), una IG es un bien-club¹⁴⁹, o sea un bien de uso exclusivo, no rival (parcialmente debido a efectos potenciales de congestión¹⁵⁰), que pertenece a un “club” compuesto de miembros voluntarios. Para él, es la reputación asociada a la IG que constituye realmente el bien club, el bien común que consumen productores y consumidores.

	Exclusivo	No Exclusivo
Rival	Bien privado	Bien común
No Rival	Bien club	Bien público puro

Tabla 6: clasificación de los bienes en economía pública

Sin embargo, estas definiciones son insuficientes para analizar una IG, su dinámica y los retos relacionados. Por un lado, los atributos de exclusividad y rivalidad no son ni totalmente naturales, ni totalmente fijos, y resultan a menudo de una construcción social (Kaul, 2001; Barrillot, 2003, Calmette, 2004)¹⁵¹. Además, la clasificación deja de lado un aspecto fundamental, el de la producción y provisión del bien común. En efecto, un club debe ser considerado no solamente como una “comunidad de consumo”, sino también como una “comunidad de producción” (Barrillot, 2003; Requier-Desjardins, 2004b). Además, se puede poner en tela de juicio el hecho que una IG sea

¹⁴⁸ El sello, al contrario del producto bajo IG, no es en sí asimilable a un bien privado (Sylvander *et al.*, 2007). Sin embargo, al integrar la dimensión patrimonial del producto IG, y considerando la dificultad y los problemas de separar la dimensión mercantil y patrimonial de un producto (en la lógica de la economía patrimonial), se plantea que es en realidad el conjunto producto/sello /recursos territoriales que debe ser considerado como un bien colectivo complejo.

¹⁴⁹ Retomando el concepto propuesto por Buchanan (1965).

¹⁵⁰ Los beneficios obtenidos con un bien club pueden ser reducidos por efectos de “congestión” (Torre 2002; Barrillot, 2003; Bchir y Bachtá, 2008). La no rivalidad del consumo de un bien club es parcial, es decir que a partir de cierto umbral, la entrada de nuevos miembros reduce los beneficios de cada miembro. Se supone que existe un número óptimo de miembros, que permite dividir los costos entre todos sin que haya problemas de rivalidad y congestión. El control de las barreras de entrada y salida se vincula entonces con la reducción de los efectos de congestión.

Los efectos de congestión identificados por Torre (2002) en el caso de las DO provienen de la generalización de este sello (en particular en el sector de los vinos), y de los sellos de calidad agroalimentarios en general, y de un incremento de los volúmenes producidos, que lo banalizan. También se mencionan los problemas de control de los “free-riders”, cuyo comportamiento oportunista puede afectar la reputación de una DO.

¹⁵¹ La exclusividad depende estrechamente de la definición de los derechos de propiedad, y por lo tanto a la arquitectura institucional diseñado por la sociedad. La rivalidad alude a la cuestión de la escasez, elemento fundamental en la génesis de la economía (Calmette, 2004). En general considerada como natural, la escasez es subjetiva, evolutiva (se habla de “rarefacción”), y por lo tanto es también artificial. En otros términos, la escasez puede ser abordada como una construcción social. Veremos posteriormente en el análisis de la renta generada por una IG la importancia de la construcción de la escasez en el caso de las IG.

considerada como un club: si un actor respeta las condiciones de localización y el pliego de condición, se supone que nadie (en particular los demás miembros del club) puede impedirle utilizar una indicación geográfica. La exclusividad es entonces también parcial en el caso de las IG.

Por otra parte, una IG no es reducible al consumo de una reputación, ni aún al conjunto producción/consumo de la reputación. Para Sylvander *et al.* (2007: 9): “en el caso de las IG, (...) no son los productos ni las maneras de producir que “hacen bien público”, pero sus externalidades y las políticas, procedimientos y herramientas que las instituyen y las protegen”. Si esta propuesta constituye un avance, se propone ser aun más inclusivo al considerar la IG en su totalidad, como un bien complejo que incluye saberes y técnicas (y por lo tanto las maneras de producir), convenciones de calidad, representaciones, sello, organizaciones, dispositivos institucionales, acceso privilegiado a apoyos y subsidios, etcétera. Es este conjunto de elementos que hace de una IG un bien común, un patrimonio colectivo, producido y apropiado por un grupo socioeconómico. Entonces, el análisis de la construcción y manejo de una IG, como sello de calidad (relacionado con diferentes elementos), puede abordarse desde la perspectiva de un bien público no puro, producido, apropiado y aprovechado en ciertas condiciones.

El trabajo de Kaul (2001) sobre la noción de bien público puede ayudar a precisar el esquema analítico, y preferir, en lugar de una definición formal y negativa (es público lo que no puede ser intercambiado en el mercado), una definición substancial y positiva de los bienes públicos : “*The proposal is to require public goods to be inclusive (public in consumption), based on participatory decision-making (public in provision) and offering a fair deal for all (public in the distribution of benefits)*” (Kaul, 2001: 3). Esta definición toma en cuenta la diversidad y ambigüedad de la noción de bien público, cuya naturaleza e implicaciones difieren en función de la combinación de esas tres propiedades, a diferentes grados. En el mismo sentido, según el grado de rivalidad, de exclusividad, y la escala considerada, es posible distinguir diferentes tipos de bienes públicos, diferentes grados de “publicidad” (en el sentido de la palabra inglesa de “publicness”) (Allaire y Dupeuble, 2003). Además, bienes públicos y privados son a menudo relacionados: se habla de productos o bienes “conjuntos” (véase por ejemplo la noción de multifuncionalidad y la noción de “jointness”). En fin, un bien puede ser considerado como público cuando es objeto de una acción pública, que lo constituye en bien público. La misma relación puede ser destacada entre bien colectivo y acción colectiva¹⁵². Así la definición del carácter público o colectivo de un bien debe ser abordada desde una perspectiva procesal y sumarial; como una construcción política (Allaire y Dupeuble, 2003).

¹⁵² La acción colectiva es de hecho entendida como la acción de un grupo para producir un bien común, motivado por un interés común (según Boucher, 2004, quien retomó las definiciones de Olson y Buchanan).

Kaul (2001) mencionó también la diversidad de las escalas de la “*publicidad*” de un bien: un bien público puede ser local, nacional, internacional o global, en función de la escala a la cual se manifiestan sus efectos. Sin embargo no explicó claramente el papel de las tres propiedades (inclusividad, participación y beneficios) para determinar la escala de un bien. Por ejemplo, una IG beneficia a consumidores en todo un país, o incluso a nivel internacional, y es en este sentido muy inclusiva. Pero el aprovechamiento de su reputación, que genera una renta territorial, es exclusivo de los actores productivos localizados en la región. Su provisión implica principalmente a actores locales, pero también potencialmente a actores nacionales (el IMPI por ejemplo en el caso mexicano) o internacionales (empresas transnacionales, la OMC a través de los acuerdos ADPIC). El problema es entonces de saber a partir de cual elemento o combinación de elemento plantear el carácter público/común/ de club o privado de una IG, es decir su grado de publicidad.

A fin de cuentas parecería que la definición del estatuto privado/público de una IG y de su grado de publicidad constituye una aporía. La diversidad y complejidad de las definiciones de las IG, la manera de abordarlas impide tener una visión clara, o más bien conduce a adaptar la postura en función del aspecto que se busca enfocar (desde el punto de vista del consumidor, del productor, de una región o de un país). Para estudiar cómo se genera y se maneja un sello de calidad IG, se lo considerará entonces como un dispositivo institucional diseñado colectivamente, y por lo tanto como un bien o recurso colectivo. Tal postura se asemeja a la de Requier-Desjardins (2004b), que asimiló los sellos de calidad agroalimentario a “*common pool resources*”, a un bien público local¹⁵³, estrechamente vinculado con diferentes bienes públicos y privados. Reconoció los aportes de la teoría de bien-club¹⁵⁴ para analizar las IG, pero propuso entenderla en un sentido más amplio, como teoría de la acción colectiva (Barillot, 2003), y movilizar otros trabajos sobre la acción colectiva y los comunes; por ejemplo los trabajos de Ostrom (1990), sobre la provisión y apropiación de bienes comunes. Si Ostrom concentró sus trabajos en los recursos naturales (agua, pesquería, etcétera.), es posible adaptar y aplicar su esquema de análisis a recursos “producidos” como las IG.

Un producto tradicional, en toda su complejidad (reputación, saberes, recursos naturales, etc.) debe ser considerado como un bien público local, construido y apropiado por un conjunto de actores

¹⁵³ La noción de bien público local fue utilizada por primera vez por Tiebout (1956). Alude a un contexto institucional dado y a la actuación de un gobierno local que pone a disposición diferentes bienes públicos (escuelas, etc.), producidos a partir de los impuestos recolectados. En el presente trabajo, se hará un uso más amplio del concepto, aludiendo al hecho de que el carácter público del bien (producción y consumo) incluye principalmente actores locales.

¹⁵⁴ Sin descartar el planteamiento de Torre (2002) que identifica las DO a bienes club, esta visión es parcial, centrada sobre la reputación, y gana a ser integrada en una perspectiva más amplia de bien público local, en particular para entender la problemática de su provisión y gestión, que incluye a actores que no son miembros del club, como por ejemplo los funcionarios locales y del IMPI.

a través de una serie de acciones colectivas (aun cuando no tiene un sello formal como IG). El hecho de obtener y manejar una IG para un producto local remite a acciones colectivas que activan el producto tradicional como recurso colectivo local¹⁵⁵, cambiando su estatuto y las modalidades de su apropiación (patrimonialización), definiendo y estabilizando su calidad (calificación). Como para otros bienes públicos, el concepto de propiedad¹⁵⁶ de una IG alude en realidad en la participación en la provisión, el consumo y la distribución de los beneficios de la IG. La desigualdad en cuanto al acceso a un recurso es paralela a una desigualdad en cuanto a la participación a su manejo, lo cual se vincula a menudo con asimetrías de poder. Por eso, importa más identificar los participantes en su construcción y manejo, que buscar definir los “poseedores” (lo que de hecho no tiene mucho sentido).

Antes de interesarse a las externalidades de las IG (sus impactos), se describirá a continuación los fundamentos de las herramientas, procedimientos y políticas, que enmarcan la construcción y el manejo de una IG.

3.6.2.2 La construcción de una indicación geográfica: entre reglas, derechos y gobernanza

Se considera en general que una IG se “reconoce”, es decir que se otorga a productos para los cuales la historia (más o menos larga) y una reputación ya establecida (por lo menos a nivel local) asocian su calidad y características esencialmente al medio geográfico; o sea que se basa en la pre existencia de un bien complejo colectivo, que asocia el producto con diferentes recursos territoriales. Frente a la congestión y a los riesgos de comportamiento oportunista (por ejemplo un uso desleal de una denominación geográfica), la solución reside en la asignación de ese recurso común, en este caso vía un sello de calidad que restringe y protege el uso de una denominación geográfica. La dimensión colectiva del producto tradicional, por su vínculo con la apropiación (producción y uso) de recursos colectivos, justifica su protección a través de un instrumento jurídico particular, que permite proteger y valorizar un monopolio colectivo¹⁵⁷.

La cuestión es entonces de saber bajo cuales principios y modalidades se designan a los beneficiarios de este bien público local, y las condiciones de uso. En efecto, *“se plantea entonces el*

¹⁵⁵ Dado que por definición, los principales participantes y consumidores de un sello IG son actores locales (productores de materia prima y procesadores), es legítimo considerarlo como un bien público/colectivo local, sin excluir totalmente la participación de actores extra-locales. De hecho si esta participación se vuelve primordial, se pueden dar fenómenos de desterritorialización.

¹⁵⁶ Los anglófonos distinguen la noción de “ownership”, que designa la posesión de un bien, de “property” que designa los derechos de uso de un bien. Esa distinción es similar a la que se hace entre nudo propietario y usufructuario en el derecho. Se plantea aquí que más que la posesión de una IG, son los derechos de uso los que importan.

¹⁵⁷ Aunque una IG puede también dar lugar a una apropiación “ilegitima”; pero el planteamiento inicial, la intención es bien de evitar tal situación.

problema de la elección del beneficiario [del bien público no puro] y se ve bien que esta posibilidad de exclusión de uso es una herramienta suplementaria de política pública que se traduce la mayor parte del tiempo por autorizaciones administrativas entregadas al usuario elegido” (Calmette, 2004: 29). Las condiciones de construcción y manejo de una IG son definidos por las leyes y reglamentos, que enmarcan (con más o menos flexibilidad, según las formas jurídicas y los países) las diferentes etapas de la construcción de una IG:

- La elección de una figura jurídica (DO, MC u otra);
- La creación de una o varias organizaciones (organización de productor, sindicato, interprofesión, etc.);
- La delimitación del área que la IG ampara, y la elaboración de un pliego de condiciones (o reglas de uso) para la IG, asociada a procedimientos de control y sanción.

La provisión de un bien colectivo requiere una participación amplia, para evitar la “mala provisión” y una repartición desigual de los beneficios. *“La plena participación de los actores claves y de las partes interesados [traducción de “parties prenantes” en francés, o “stakeholders” en inglés] para cada bien público debe dar la oportunidad de definir la forma del bien de que se trata, de controlar su producción, de evaluar su impacto y si es necesario de hacer recomendaciones sobre su diseño” (Sylvander et al., 2007: 6).* Es entonces clave bien identificar cuáles son los *stakeholders* que participan en las comunidades de producción y consumo de una IG. Los trabajos de Ostrom (1990) y Schlager y Ostrom (1992) ayudarán a definir los contornos y retos de la arena constituida en torno a la construcción de una IG. Estos autores distinguieron tres niveles de reglas, asociados a diferentes derechos en cuanto al bien común que podemos aplicar al caso de las IG en México (Figura 26):

- Reglas operacionales, en torno a los deberes y derechos concretos en cuanto al bien común (derechos de acceso y derechos de extracción). En una IG, se trata del derecho de uso del sello, relacionado con la localización del operador y el cumplimiento de un pliego de condiciones.
- Reglas de elección colectiva (*“collective choice rules”*), que conciernen la atribución de los derechos para participar en la elaboración de las reglas operacionales. Para las IG, se trata de las modalidades y procedimientos de construcción y manejo de una IG. En el caso mexicano, son definidas en la práctica por el IMPI, a partir de los textos legales.
- Ostrom (1990) distinguió también un tercer nivel, las reglas constitucionales, acerca de la regulación de los derechos de elección colectiva. Tienen que ver con la elaboración y legitimidad de las leyes y procedimientos de construcción y manejo de una IG (actores que deben/pueden o no participar, toma de decisión por consenso o mayoría, etc.).



Figura 26: Imbricación de los diferentes niveles de reglas y derechos asociados a la construcción y manejo de las IG en México (elaboración propia)

Según los derechos que le corresponden a cada actor, es posible distinguir diferentes regímenes de propiedad (Schlager y Ostrom, 1992). Esta distinción se asemeja a la que se hace entre titular y usuario de un patrimonio (Barrère *et al.*, 2005), o entre comunidad de consumo y producción de un bien-club. Ollagnon (2005) habló de “*transapropiatividad*” acerca del manejo de un patrimonio colectivo, para señalar que se comparte la responsabilidad, propiedad y gestión del patrimonio entre varios actores, locales y extra-locales. Identificar los participantes, los *stakeholders* en la construcción y manejo de una IG, es entonces identificar la distribución de los diferentes derechos.

Otra distinción importante es diferenciar las reglas “*de jure*” (= de derecho) de las reglas “*de facto*” (= de hecho); las primeras son reglas oficiales, legales, reconocidas por las autoridades jurídicas; las reglas “*de facto*” son reglas informales, que pueden ser complementarias o antagonistas de las reglas “*de jure*”. Si las reglas constitucionales son en general “*de jure*”, los demás niveles pueden remitir a ambos tipos de reglas. Además, las reglas pueden ser más o menos claras y explícitas.

Ostrom (1990) definió el “*statu quo*” como el conjunto de reglas (*de facto* y *de jure*; explícitas o implícitas) vigente a un momento dado. Existe siempre un modo de regulación; la ausencia de reglas (o por lo menos de reglas explícitas) no significa una ausencia de regulación. Al contrario, puede resultar de un consenso tácito, que beneficia a ciertos actores, los cuales buscan por lo tanto mantener este *statu quo*. Linck (2007) retomó la “tragedia de los comunes” de Hardin (1968) y mostró, apoyándose en el ejemplo de tierras de pastoreo de uso común en México, que la aparente

ausencia de reglas y el acceso (supuestamente) libre a esas tierras escondía en realidad una estrategia de apropiación de los pastos colectivos por los ganaderos más grandes. Estos últimos lograron mantener el *statu quo* con la imposición de un consenso: las tierras son de acceso libre, pero al final la libertad de acceso es relativa y solamente beneficia a los que pueden acceder al recurso colectivo (en este caso, los que tienen más ganado aprovechan y controlan el recurso).

Se puede también abordar las diferentes formas de coordinación en torno a la construcción de una IG en términos de gobernanza: establecer una IG, es establecer nuevos modos y dispositivos de gobernanza alrededor de una producción local. Interesarse a la gobernanza implica entonces identificar las formas de liderazgo, la participación y representatividad de los actores (en particular en el marco de organización creadas alrededor de la IG), y los procesos de toma de decisión. Linck (2007) presentó el consenso como un modo de gobernanza frecuente en el manejo de patrimonios colectivos, especialmente en las comunidades “tradicionales” en los países en desarrollo. Los dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos que definen las modalidades de apropiación de una IG se elaboran así a menudo sobre una base consensual. Torre (2002: 44) asoció de hecho la operación de certificación de las IG a “*un proceso de concertación y negociación que conduce a una elección de tipo consensual, aunque no es siempre apto a satisfacer el conjunto de los participantes*” (...) “*Elaborar una denominación de origen requiere reflexionar en los elementos susceptibles de ser consensuales, entonces sobre los cuales se puede hacer funcionar un patrimonio colectivo*” (Faure, 1998: 52).

Linck (2007, 2008) vinculó la noción de consenso con las problemáticas de producción y uso de un bien común, y de cohesión de un grupo y su identidad (vinculando lo mercantil con lo patrimonial). El consenso no debe ser visto como un ideal de acuerdo total, de ausencia de desacuerdo; la gobernanza consensual remite al contrario a una negación de la oposición, alrededor de un acuerdo que se apoya sobre la entente pero también sobre relaciones de poder, exclusión, y una combinación compleja de lealtad, salida y toma de palabra (retomando el tríptico de Hirschman, 1970: *exit, voice and loyalty*). Ni buena ni mala en sí, la gobernanza consensual es simplemente diferente de la gobernanza basada sobre la representatividad (por ejemplo el sistema de elección de la cámara de diputados por el sufragio universal).

La cuestión del diseño de un dispositivo institucional, de reglas para la provisión y el uso de una IG plantea también la problemática de los mecanismos de control. Es necesaria una entidad que asuma el papel de “*enforcement*”¹⁵⁸, que se encargue de controlar que los actores respeten las reglas

¹⁵⁸ En la economía institucional, esa noción se refiere a la capacidad de hacer respetar una regla (North, 1990).

establecidas, autorice el uso del sello y sancione los usos desleales¹⁵⁹. La aplicación de las reglas operacionales se hace bajo el control de una organización que coordina la IG: un consejo regulador, un sindicato de IG, u otras formas asociativas. Esta entidad se encarga en un primer tiempo de definir el pliego de condición de la IG. Después, controla directamente a los usuarios de la IG (autocontrol), o delega esta función a un organismo tercero certificador. Tras el control, autoriza o no al productor a utilizar el sello (directamente, o indirectamente vía un organismo público). Esta organización (que ahora llamaremos consejo regulador, CR, para simplificar) y su funcionamiento están sometidos a reglas de elección colectiva, que delimitan su acción (véase la Figura 26): condiciones de participación en el CR, procedimientos de toma de decisión, reglas generales a aplicar para el control de los usuarios y las sanciones.

Las reglas de elección colectiva son definidas por el organismo público encargado de las IG (en México, el IMPI), a través de reglas “*de jure*” plasmadas en la ley (en México, se trata de la ley de Propiedad Industrial de 1994) y reglas “*de facto*” (reglas establecidas por el IMPI para la atribución y control de las IG)¹⁶⁰. El IMPI debe rendir cuentas al Estado (secretarías, cámaras legislativas y presidencia) sobre sus actividades, el cual vigila que aplique las leyes y otros textos oficiales vigentes. La certificación de los usuarios de una DO es realizada por los consejos reguladores, ellos-mismos acreditados como organismo certificador por la Entidad Mexicana de Acreditación y la Dirección General de Normas de la Secretaría de Economía. El IMPI otorga después al usuario certificado el derecho de ostentar la DO. En el caso de que no exista un consejo regulador y una NOM, los productores se “autocontrolan”, y el IMPI atribuye el derecho de uso a todos los actores ubicados en la zona delimitada y que se dedican a la producción del bien amparado por la DO, sin control. En el caso de una MC, el IMPI no interviene ni en el control (autocontrol por la asociación titular de la MC), ni en la atribución del derecho de uso de la MC. Solamente aconseja a la asociación en la etapa de elección del sello (MC o DO) y de diseño del pliego de condición.

¹⁵⁹ La idea de la necesidad de sanciones (y de su anticipación) para la efectividad de las reglas colectivas se remonta a Commons (1931). Ostrom (1990) mencionó dos tipos de sanciones: las sanciones internalizadas (pérdida de autoestima, sentimiento de culpabilidad, etc.), que penalizan la identidad del individuo y afectan de esta manera su utilidad (véase Akerlof y Kranton, 2000, 2005); y las sanciones externalizadas (multa, prohibición de uso del bien común, etc.), que afectan los ingresos o recursos disponibles para el actor. En general, una sanción combina los dos tipos. Para ser creíble, la sanción (o por lo menos la manera con la cual es percibida y sentida) debe ser suficiente para que la utilidad de la acción “respetar la regla” sea superior a la utilidad de la acción “no respetar la regla” menos la pérdida de utilidad vinculada con la sanción: $U(R) > U(NR) - U(S)$.

¹⁶⁰ El carácter limitado del marco legal de las IG en México obliga de hecho al IMPI a compensarlo por reglas “*de facto*” para decidir de la validación o rechazo de la solicitud de DO o MC, y establecer procedimientos de control que la ley no contempla.

En síntesis, la construcción de una IG remite en la definición y asignación de derechos de uso (a partir de un área delimitada y un pliego de condiciones), bajo ciertas reglas de elección colectiva. De tal forma, se asignan derechos de uso de una IG, incluyendo ciertos actores y excluyendo otros, en base a criterios geográficos, tecnológicos u otros. Corresponde entonces a la erección de barreras de entrada en la actividad y el mercado, dando lugar a la formación de un monopolio colectivo. En ese sentido, Barrère *et al.* (2005) hablaron de nuevas “*enclosures*¹⁶¹” para caracterizar la emergencia de nuevas formas de derechos de propiedad intelectual (incluyendo las IG), a través de los cuales se busca apropiar y valorizar diversos patrimonios, con patentes, marcas, monopolios,...)

Si se han explicado las reglas en las cuales se basan la construcción y manejo de una IG, los enfoques movilizados no indican en que principios se basa la legitimidad de estos procesos de inclusión/exclusión. La problemática de la gobernanza y de la participación, negociación y coordinación entre los diferentes actores implicados, se puede analizar en la perspectiva de la obtención de un consenso, marcado por la complejidad y la incertidumbre, en un contexto de pluralidad de los actores implicados en la toma de decisiones. De esta manera, una IG cristaliza diferentes posiciones que se enfrentan en torno a la delimitación y el sentido a dar al territorio, al valor y sentido de la IG, y al establecimiento de “traducciones materiales” de estos sentidos, con una delimitación geográfica y simbólica que sea aceptable en el mercado para el consumidor (que ignorará los debates y posiciones que se enfrentaron para constituir el sello, y busca una información sencilla). Estas traducciones materiales remiten al producto (por ejemplo, un queso), etiquetas, sabores, formas, etc. (Moity-Maizi y Amilien, 2008). Si la teoría de la acción colectiva aporta elementos sobre el cómo, la economía de las convenciones nos ayudará a abordar a continuación el porqué de una IG.

3.6.2.3 Aporte de la economía de las convenciones: lógicas, motivaciones y justicia en las indicaciones geográficas

En derecho, se considera que la intervención del Estado es necesaria para proveer bienes públicos, y asegurar el orden público y la coexistencia pacífica a pesar de la escasez de los recursos (Calmette, 2004). Su intervención se apoya entonces en una ética, un papel moral del Estado, para garantizar la igualdad y la no-discriminación. El manejo como bien público de recursos escasos se

¹⁶¹ Ese término designa el proceso que condujo en la Inglaterra del fin de la Edad-Media a la privatización de las tierras, anteriormente comunes, a través de la instalación de cercas para delimitar el campo y restringir el acceso a las tierras de pastoreo.

puede aplicar a muchos tipos de recursos diferentes, materiales o no (reservas de agua, ondas hertzianas, saberes, etc.). Las categorías de patrimonio común de la humanidad o de la nación se aplican por ejemplo a bienes de interés público (un edificio, un paisaje, un idioma, un baile, tradiciones gastronómicas,...) cuyo carácter colectivo justifica la intervención de los poderes públicos. En el mismo sentido, se puede decir que un patrimonio colectivo o común, como una IG, remite a cierta concepción del interés colectivo, de los derechos fundamentales de un grupo local, y de los medios de realización del bien colectivo (Sylvander *et al.*, 2007). Implica por lo tanto modos de gobernanza colectivos que legitiman su apropiación y uso. El problema es entonces saber cuál es el interés colectivo que fundamenta y legitima las acciones colectivas en torno a una IG. Si la economía neo-clásica postula que el *homo oeconomicus* busca solamente maximizar su utilidad, los estudios empíricos muestran la diversidad de las lógicas de acciones.

Hirschman (1977, 1986) mostró toda la ambigüedad de la noción de interés, y su evolución en función del contexto histórico, social, cultural y económico. Boltanski y Thévenot (1991) analizaron el interés a través de la noción de justificación y de grandeza. Rechazando una concepción unívoca del interés, mostraron la pluralidad de los registros de justificación, de las formas de asociar intereses individuales e intereses colectivos, definiendo seis “mundos”. Estos principios de justificación (que han sido aplicados a la definición de las diferentes convenciones de calidad, y de los modelos de empresas) pueden ser movilizados para entender los referentes de la acción. En lugar de movilizar las convenciones para entender las transacciones a lo largo de la cadena productiva, se utilizarán ahora para entender la lógica de las acciones individuales y colectivas a través de la cual se construye y maneja una IG.

Sylvander *et al.* (2005) analizaron la evolución de la justificación de los dispositivos de protección de las IG en varios países europeos, a una escala nacional y supranacional (Unión Europea). Destacaron cuatro tipos de justificaciones de las IG, sostenidas por diferentes “redes de acción política”, y vinculadas a una representación de la calidad dominante en estas redes (o sea a los dispositivos cognitivos dominantes. Estas justificaciones dependen del contexto sociopolítico, así como de la situación de las cadenas productivas agroalimentarias. Remiten a diferentes maneras de justificar el diseño y la aplicación de un sello oficial de calidad destinado a proteger las IG, e influye por lo tanto en su uso (tipo de productos, principios generales para establecer el pliego de condiciones, etc.). En la Tabla 7, se relaciona la tipología de Sylvander *et al.* (2005) con diferentes universos de referencia (los “mundos” de Boltanski y Thévenot).

Tipo de Justificación de las IG	Principales actores/redes que la sostienen	Políticas e instrumentos de política	Contexto de emergencia	Principal mundo de justificación o universo de referencia
Reglamentación de los intercambios y de la competencia	Organismos en cargo de la propiedad industrial o intelectual.	Derecho de marcas y de propiedad industrial.	Crecimiento-extensión del mercado de un producto y de su reputación; usurpaciones.	Lógica industrial: la reputación es el resultado de una inversión, es un activo industrial. La IG es un "estándar".
Control de la oferta en el mercado agrícola	Actores políticos nacionales y actores de las cadenas productivas.	Diferenciación y segmentación del mercado; limitación de los volúmenes producidos, (rendimientos limitados., etc.)	Excedentes de producción.	Lógica mercantil: controlar la oferta permite controlar el mercado y los precios.
Desarrollo territorial	Políticos y actores privados con fuerte anclaje territorial.	Políticas a favor la multifuncionalidad del sector agroalimentario y de la diversificación	Regiones marginales. Nuevos paradigmas de desarrollo (local, territorial, sustentable,...).	Lógica cívica: la IG es una herramienta para el desarrollo local, a favor de todo un territorio.
Preservación del patrimonio local (cultural y natural)	Actores implicados en el desarrollo rural local. Movimiento tipo "Slow Food".	Propiedad intelectual. Políticas nacionales e internacionales de defensa y protección del patrimonio natural y cultural.	Debate sobre la liberalización, mercantilización, y sus impactos negativos para el patrimonio natural y cultural.	Lógica doméstica: trasmisión de un patrimonio, de un modo de vida. Cierta Desconfianza acerca de la certificación (asociada a la estandarización/uniformización).

Tabla 7: los diferentes tipos de justificación de las IG (elaboración propia, a partir de Sylvander et al., 2005)

Una representación de la calidad (y consecuentemente la elección de una forma de coordinación dada) puede basarse en un consenso entre varios registros de justificación, varias lógicas. Por otra parte, la justificación de tal atributo de calidad a partir de tal registro de justificación puede ser objeto de críticas y denuncias, no es algo "natural". Así, la construcción de una IG, como institucionalización de la calidad territorial de un producto (alrededor de ciertos criterios), alude a los consensos estabilizados alrededor de un producto, su origen, y sus condiciones de producción, que se establecen en la confrontación de varios registros de justificación.

Es difícil generalizar y establecer que las IG se enmarcan en un registro de justificación predefinido. Si la tipología de Sylvander *et al.* (2005) expresa las tendencias de una evolución histórica de las justificaciones de las IG en Europa, se debe reconocer también que las justificaciones se combinan, coexisten en el mismo periodo. Además, como lo plantearon Boltanski y Chiapello (1999) en cuanto a la justificación del capitalismo, se debe distinguir entre justificaciones generales, globales, que sirven en los ámbitos políticos y científicos de reflexión, de las justificaciones que se podría calificar de pragmáticas, que movilizan a los actores en su ámbito personal y cotidiano (por ejemplo, para motivar su participación a una reunión, o su adhesión a un grupo y un proyecto). Esta distinción se puede aplicar a las IG, distinguiendo un nivel de justificación global (lo que fundamenta el marco institucional y administrativo de las IG) y un nivel más individual o concreto (lo que fundamenta el involucramiento de un actor en la construcción, el manejo y el uso de una IG). La segunda forma de justificación no puede pensarse sin tomar en cuenta el contexto en el cual se inserta el agente.

Fournier *et al.* (2009), al estudiar la calificación territorial en países en desarrollo (Indonesia y Etiopia), constataron que las justificaciones, y por lo tanto las expectativas, metas y funciones atribuidas a las IG, varían de un país al otro, e incluso de un caso de IG al otro dentro de un mismo país, en función de diversos criterios: características del sistema productivo, mercado de destinación, origen de la iniciativa de IG, relaciones de poder. El primer tipo de justificación (reglamentación de la competencia) es evocado a menudo para productos objetos de intercambios a gran escala, insertados en mercados internacionales (café, especies, etc.). Al contrario parece poco adecuado para productos con un mercado local, que padecen una usurpación de su denominación y reputación. En relación con la segunda justificación (control de la oferta), una IG (como otros sellos de calidad, por ejemplo de agricultura orgánica o de comercio justo) puede ser una herramienta de diferenciación y segmentación del mercado. Pero para que permita mejorar el precio y/o la distribución de los ingresos en la cadena, el sello no es una condición suficiente de por sí, sino que debe ser acompañado de otras innovaciones, en particular organizacionales. Por fin, la cuarta justificación, alrededor del patrimonio natural y cultura, es reciente y aun poco frecuente como justificación principal en las IG analizadas.

Algunos autores trataron de caracterizar las IG por una combinación de lógicas. Así, para Marescotti (2000), una IG, en lo ideal, debe ser ubicada entre una convención doméstica (confianza y estabilidad creada por el sello) y cívica (interés para el desarrollo local)¹⁶². Pero parece difícil

¹⁶² *"The interest of the local community in maintaining the territorial link alive, even through goods, meets the need to protect and economically utilise [sic] a collective cultural heritage (possibly preventing the use by those without rights) (Bérard and Marchenay, 1995), socially built throughout time by a group of actors (producers,*

generalizar, todos los puntos de vista siendo posible. En efecto, entre lógica patrimonial y comercial, la renta territorial asociada a una IG representa un consenso entre los mundos domésticos y mercantiles. También se moviliza una lógica industrial, a través del establecimiento del pliego de condiciones, de las constrañas tecnológicas propias al producto, y de la certificación. La reputación de un producto, que justifica la atribución de ciertos usos, puede ser vista como propia del mundo de la opinión, de un efecto de moda. Pero también puede ser vista, desde el mundo cívico, como el reconocimiento del impacto positivo de un sistema productivo en la preservación de un patrimonio cultural y natural que constituye un bien común de una región y de una nación.

El ejemplo del comercio justo da también una buena ilustración de la interacción y tensión entre diferentes formas de coordinación y lógicas. Renard (2005) mostró la problemática vinculada con una lógica mercantil, que reduce la calidad de un bien a un sello, asimilando así los bienes a su puro valor mercantil. El aspecto mercantil es necesario para valorizar la calidad del producto, pero conlleva el riesgo de reducir su valor patrimonial, especialmente con la banalización de los sellos de calidad, que se vuelven así simples marcas comerciales. En el caso del comercio justo, la tensión es particularmente fuerte entre lógicas cívica y mercantil, por definición contradictorias. Al principio, el comercio justo se planteó como alternativa al mercado convencional, sostenido por ideologías militantes bastante revolucionarias, caracterizadas por un rechazo de lo mercantil. Se organizó a través de actores específicos, reunidos en asociaciones, fuera de los canales comerciales convencionales. Luego el mercado fue movilizado para reforzar la coordinación cívica (al extender el alcance de los productos del comercio justo, por ejemplo con la venta en supermercados), vía la estrategia del sello de calidad, en una perspectiva más humanitaria que militante, más reformista que revolucionaria. Pero la contradicción inherente a ese consenso cívico-mercantil, a su ambivalencia, no tardó en generar debates y tensiones entre los defensores de una postura estricta, revolucionaria, y los reformistas, más pragmáticos¹⁶³. Los primeros denunciaban el riesgo de recuperación y confusión vinculado con la entrada en el juego de nuevos actores (torrefactores y grandes cadenas de supermercados). Una alternativa propuesta fue utilizar la coordinación industrial para fortalecer el sello y profesionalizar la certificación (para evitar la confusión y pérdida de credibilidad), al definir reglas y pliegos de condiciones detallados; y al mismo tiempo mantener la

consumers, citizens, local institutions) who have contributed in various ways to its evolution. For this exact reason the initiatives of protection and promotion -included those examined- are taken from local public institutions (especially when the asset is at risk of disappearing, changing radically and altering), while only later, and sometimes after great difficulty, are economic operators able to see the utility” (Marescotti, 2000: 119).

¹⁶³ En estos debates, los productores se ubicaron a menudo del lado de los pragmáticos. Aunque parecería que el debate implicaba y oponía entre ellos sobre todo a los actores de los países del Norte (certificador y distribuidores), dejando a menudo de lado los productores del Sur que cada uno pretendía representar y defender legítimamente.

relación con organizaciones sociales originales, que da su identidad a los productos del comercio justo. En tal perspectiva cada uno (incluso los consumidores) debía conocer su lugar y función en la red, en particular los productores, para no ponerla en peligro. Este proceso de definición de estándares reveló problemas de relaciones entre los productores y las instancias que sostenían las iniciativas del comercio justo (los productores se quejaban de no ser bien representados; mientras las instancias se quejaban del comportamiento oportunista de los productores, de su visión de corto plazo), y de la escasez de enlaces entre actores. Apareció entonces de manera bastante clara que los sellos se imbricaban en las relaciones de poder, siendo a la vez el resultado de estas relaciones y también una fuente de poder.

En el caso de las IG en México, la consideración de las IG sobre estas figuras por parte de las autoridades públicas se enmarca en el paradigma de desarrollo predominante. Se asocia el desarrollo con el progreso técnico, con una lógica industrial (tecnificar, mejorar la productividad, etc.) y mercantil (ser competitivo, reducir los costos, exportar, etc.): mejorar la vida de todos es posible gracias un mejoramiento tecnológico, tanto a nivel del aparato productivo (agricultura, industrias, etc.) sino también en el manejo del país (criterios técnicos para establecer los programas y medir los efectos de tal política). El progreso técnico y la mercantilización no son cuestionados, y son considerados como buenos y deseables por naturaleza, sin tomar en cuenta sus consecuencias negativas, las desigualdades en el acceso y en la repartición de los beneficios. No existe un debate público sobre la cuestión técnica, y menos sobre sus implicaciones en términos de desarrollo y de multifuncionalidad territorial. En este marco, los productos tradicionales, que usan una tecnología artesanal antigua, son considerados como productos ilegítimos, ineficientes, o incluso peligrosos, símbolo del retraso del país. El dominio del mundo industrial tiende entonces a descalificar los productos tradicionales, o más bien a calificarlos negativamente. Los objetivos de las IG en México (por lo menos la que domina en el sector público, en particular el IMPI) se inscriben en la perspectiva de homogeneizar y estandarizar la producción (lógica industrial), cambiando los atributos de calidad tradicional del producto si es necesario, y desarrollar nuevos mercados, en particular de exportaciones (lógica mercantil). El caso de la DO Tequila ilustra muy bien esa situación.

A fin de cuentas, el interés de movilizar la economía de las convenciones no es enmarcar las IG en tal o cual categoría; sería de hecho una utilización sesgada de las teorías convencionalistas. Al contrario lo interesante es reconocer y analizar la diversidad de los registros de justificación y expectativas, de los dispositivos cognitivos, que guían la construcción y el manejo de una IG, como nuevo dispositivo institucional. Esta diversidad se vincula con los diferentes actores implicados y con las diferentes escalas (locales, nacionales o supranacionales). La construcción de una IG puede verse

como el establecimiento de un compromiso, de un consenso encastrado en la confrontación entre diferentes registros de justificación y expectativas que lleva el conjunto de actores que participan.

3.6.2.4 De la negociación al consenso: modalidades de la construcción de la calidad

“La legitimidad de un sistema de indicación geográfica en la promoción de un desarrollo sustentable, será medida por su capacidad en asentar procedimientos, convenciones, instituciones que permiten a los diferentes intereses de estar representados de manera justa, a los diferentes actores de participar a la construcción de referenciales e indicadores; en resumen, su objetivo es traducir las relaciones de conflicto en relaciones de cooperación” (Sylvander et al., 2007: 8). La negociación es entonces un fenómeno central en la construcción y el manejo de una IG, durante el cual los actores tratan de hacer valer sus intereses y representaciones, y construir con los demás un consenso más o menos estable. Como se dijo anteriormente, una IG es un bien colectivo porque se sustenta en un proceso colectivo, en la participación de varios actores, que de tal forma se la apropian. La negociación permite definir una IG y su uso: tipo de sello, pliego de condiciones, formación de una organización coordinadora (consejo regulador), control y sanción. Se da tanto en el momento de construcción de la IG, y también en las modificaciones que se hacen posteriormente (ampliación de área, cambios del pliego de condición, etc.). De hecho es de manera casi permanente que se confrontan los diferentes puntos de vista e intereses.

Sylvander y Biencourt (2004) analizaron el proceso de negociación en torno al uso de leche cruda o pasteurizada para un queso francés con DO. Se interesaron a las modalidades de construcción de un acuerdo, que no definieron como un acuerdo óptimo, sino más bien “satisfactorio” para las diferentes participantes, según una lógica de racionalidad “procesal” o “sumarial” (retomando los términos de Simon, 1976). El consenso obtenido es por naturaleza imprevisible *ex ante*, ya que se forma en la interacción. La secuencia metodológica empleada consiste en analizar las motivaciones y posiciones iniciales de los actores al entrar en el proceso de negociación, y luego ver cómo evolucionan y se acercan los diferentes puntos de vista.

La motivación para entrar en la negociación (y adoptar una postura más o menos pasiva o activa) puede proceder de la esperanza de un beneficio (no necesariamente económico; y balanceado por el costo de la participación), pero también de una amenaza¹⁶⁴; por ejemplo, en el caso de un producto tradicional, puede tratarse de un fenómeno de usurpación de su denominación, o de una tendencia en la estandarización y pérdida de especificidad del producto (Barjolle y Sylvander, 2002). En otros

¹⁶⁴ Beneficios, costos y amenazas son percibidos relativamente por cada actor, en comparación con una situación de “*statu quo*” (Ostrom, 1990), es decir el mantenimiento del estado de cosas tal como está. No se debe olvidar tampoco que la evaluación de los beneficios y costos es subjetiva, y por lo tanto puede ser sub- o sobreestimada.

términos, su motivación se relaciona con su interés en romper el *statu quo* vigente. También se vincula con las anticipaciones de los actores sobre la posibilidad de llegar a un acuerdo efectivo (“*condición de indecisión*”), y la probabilidad que este acuerdo les sea favorable o desfavorable (Sylvander y Biencourt, 2004). Más grande es la incertidumbre, más fuerte será el incentivo para participar en una negociación.

Sin embargo, la participación, no depende únicamente de la voluntad y motivaciones de los actores para producir y provisionar un bien colectivo, sino en primer lugar de la posibilidad misma de tal participación. En este sentido, es importante retomar la cuestión de las reglas y derechos acerca del manejo de un bien común de Schlager y Ostrom (1992). En función de las reglas de elección colectiva, un agente podrá o no participar en el establecimiento de tal regla operacional. En el caso de las IG, es el Estado, a través del marco legal y administrativo, quien posibilita o al contrario impide la participación. Pero las reglas de elección colectiva no son a veces ambiguas, y puede existir un desfase entre las competencias individuales concretas de un actor, y el papel y la función que desempeña en la construcción de una IG (Barjolle y Sylvander, 2002). Por otra parte, según sus derechos, su percepción misma del problema, de las incertidumbres y de los beneficios potenciales puede cambiar.

Barjolle y Sylvander (2002) destacaron la importancia del “*iniciador*” de un proyecto de IG, que se responsabiliza del lanzamiento del proceso, y moviliza a los diferentes interesados. Puede ser un individuo o un colectivo, dedicado a unas de las funciones de la cadena productiva (producción primaria, procesamiento o comercialización); pero también puede ser un actor no productivo: el gobierno local o nacional, una ONG, o un centro de investigación (y/o universidad). En el caso de una cadena dominada por un “*captain channel*”, este último puede ser el catalizador más apropiado. Tras el lanzamiento del proceso, el iniciador debe poco a poco transmitir el relevo a un “*cuero profesional*” que sustentará la construcción efectiva de la IG y luego su manejo.

Los intereses, representaciones y objetivos de los diferentes involucrados no aparecen explícitamente desde el principio de la negociación, sino que se revelan en el transcurso de las interacciones (Sylvander y Biencourt, 2004). De hecho el debate vuelve visibles a objetos que permanecían anteriormente invisibles: saberes, prácticas, cuestionamientos, redes políticas, etc. (Moity-Maizi y Amilien, 2008). La posición de un agente puede poco a poco integrar los puntos de vista de los demás, combinar e hibridarse, y así llegar a un consenso satisfactorio para los diferentes participantes, al tomar en cuenta otras maneras de plantear la problemática. Es a través de la acción económica y la participación en las acciones colectivas que se revelan los saberes y visiones, lo que hace de la construcción y manejo de una IG un proceso de aprendizaje colectivo (Sylvander *et al.*

2007). Desemboca en un consenso que la institucionaliza como bien común, y le confiere su sentido, legitimidad y materialidad. Al final del proceso, el consenso es a menudo reinterpretado por cada uno en función de sus intereses propios, para volver lo “más aceptable”, a pesar de las concesiones que se tuvieron que hacer.

En el ejemplo tratado por Sylvander y Biencourt (2004), existe al principio una oposición frontal entre los queseros artesanales e industriales sobre la concepción de la calidad de un queso, alrededor del atributo leche cruda vs. leche pasteurizada (con además los intereses que representan la prohibición de tal o cual forma de producir en segundo término). Para los artesanales, la leche pasteurizada desnaturaliza el producto y su tipicidad (lógica doméstica), mientras que los industriales consideran la pasteurización como necesario para garantizar una calidad estable (lógica industrial). Durante los debates, artesanales e industriales se ponen de acuerdo que es necesario garantizar la salud del consumidor (lógica cívica), y logran al final a un consenso que permite la producción con leche cruda, bajo las condiciones de mejorar la calidad bacteriológica de la leche entregada¹⁶⁵.

Lograr un acuerdo no significa la homogeneización, ni su alineamiento; no elimina la diversidad de los intereses y representaciones, sino que los coordinan. Por lo tanto se puede hablar de un acuerdo consensuado entre los actores, que remite a lo que Boltanski y Thévenot (1991) llamaron un “*compromis*” (y que traducimos por “consenso”). Tal consenso es por naturaleza inestable, temporal, revocable, a pesar de que en el caso de una IG se pretende inscribirse en una temporalidad larga (trasmisión inter-generacional de la IG). Sin embargo, llegar a un consenso no significa que la confrontación entre lógicas y registros de justificación se haga de manera simétrica (Petit y Romagny, 2009): las relaciones de poder entre los actores que las soportan son fundamentales. La noción de consenso no debe conducir a ocultar las relaciones de poder que estructuran las interacciones. Entonces el compromiso, el consenso, se establecerá a través de la negociación, en un proceso que no elude las relaciones de poder, sino que al contrario las revela. De la misma manera, la noción de participación debe ser tomada en el sentido pragmático, no en el sentido idealizado y virtuoso de la participación como garantía de concordancia entre bienestar individual y colectivo. Petit y Romagny (2009) (en un trabajo sobre la gestión patrimonial del agua como bien público local) mostraron que la reivindicación de una gestión participativa puede esconder muchas paradojas: elegibilidad y acceso efectivo a la participación, asimetrías de información y poder entre participantes, procesos cuyos objetivos han ya sido definidos previamente, no toma en consideración de las estructuras sociales

¹⁶⁵ Se puede poner de relieve la ausencia de los ganaderos en la negociación y/o en el análisis de Sylvander y Biencourt (2004) hicieron de ella; en efecto el compromiso encontrado entre los dos tipos de queseros se traduce seguramente en nuevas exigencias para los ganaderos, y por lo tanto nuevos costos para ellos. Hubiera sido interesante integrar en el análisis la participación de los ganaderos, o reflexionar sobre la implicación de su no participación.

preexistentes, etc. A fin de cuentas, la obtención de un consenso en el marco de la construcción y manejo de una IG es un proceso complejo, que requiere un análisis fino, en el cual se debe evitar los reduccionismos y la idealización.

3.6.2.5 Pluralidad y complejidad en la construcción de una indicación geográfica

La dificultad para circunscribir la construcción y el manejo de una IG proviene de un alto nivel de complejidad. No solamente implica a muchos actores de diversos tipos, pero también es a menudo difícil categorizar y establecer una tipología para entender sus motivaciones. Deben ser visto como pertenecientes a la vez a diferentes “identidades” (White *et al.*, 2008), en relación con diferentes categorías (socio-profesional, cultural, edad,...); y a la vez, desde un punto de vista pragmático, son individuos libres, cuya clasificación en tipología es relativa, y que son susceptibles de movilizar diferentes registros de justificación según la situación y diferentes definiciones de su propia identidad (Veblen, 1898; Boltanski y Thévenot, 1991; Jolivet, 2008). Los actores de un Sial no pueden ser caracterizados solamente por una identidad territorial o patrimonial común. Como lo constató Veblen (1898), un mismo individuo es la articulación entre varios “yo”, o sea varias identidades: profesionales, familiares, políticas, etc.

En respuesta a esta complejidad, se debe adoptar una visión constructivista: las categorías son secretadas e instituidas durante el proceso (nuevas identidades profesionales, nuevas relaciones de poder, nuevas legitimidades) (Casabianca, 2009). El investigador debe tomar muchas precauciones para no caer en una trampa reduccionista, que conduce a interpretar la realidad para que quepa en su marco analítico, en lugar de hacer el contrario. Se debe tener cuidado al clasificar los diferentes actores en grupos supuestamente homogéneos (productores primarios, procesadores, investigadores, etc.), pero que a veces agrupan motivaciones y proyectos muy diferentes. Por otra parte, una de las particularidades de las negociaciones en una IG es la importancia de “(...) *algunos actores que no se expresan directamente pero que cada uno reivindica y se apropia de diferentes maneras*” (Moity-Maizi et Amilien, 2008: 3): naturaleza, animales, saber-hacer, terruño, técnicas, figura jurídica, etc. Los participantes utilizan entonces estos actores, los “hacen hablar” indirectamente, y a veces esconden sus propios intereses tras ellos.

Además de la diversidad de los actores y de sus posiciones, una IG implica también múltiples objetivos. En general se puede identificar un objetivo principal, dominante, y una serie de objetivos secundarios (Moity-Maizi y Amilien, 2008). Por ejemplo, la reglamentación de la competencia puede ser el objetivo principal, y la preservación del producto en tanto que patrimonio cultural puede ser un objetivo secundario. La negociación alude a seleccionar y jerarquizar los diferentes objetivos, pero el consenso logrado puede ser puesto en tela de juicio en cualquier momento, por posiciones nuevas

o anteriormente poco consideradas. A fin de cuentas, el análisis deberá tomar en cuenta que los objetivos, funciones y competencias de cada actor son a menudo ambiguos, y no siempre correlacionados. La construcción de una IG no es un proceso ni uniforme, ni lineal. Al contrario, se caracteriza a menudo por sus ambigüedades, contradicciones, relaciones desiguales de poder y estatus, que dan lugar a diversas negociaciones, resistencias y alianzas (Rodríguez, 2007).

Otro elemento de complejidad radica en el enredo entre dinámicas locales y globales. El consenso encontrado en el caso de una IG es local, en el sentido que se da en el marco de un sistema agroalimentario localizado. Sin embargo, está a menudo interconectado con procesos/organizaciones/instituciones/identidades que se dan a otras escalas (nacionales o internacionales) a través de la inscripción activa o pasiva de los participantes (ya sean actores locales o externos) a la IG en esos procesos. En este sentido hay que preguntarse hasta qué punto las dinámicas técnicas, institucionales y cognitivas dependen realmente de actores y acuerdos locales, o si son marcados por decisiones exógenas. Así las identidades y los diferentes dispositivos que caracterizan un sistema productivo local dependen en parte de identidades y dispositivos nacionales o internacionales. Por ejemplo, las leyes son definidas a nivel nacional, las identidades profesionales se constituyen también en relación con dinámicas nacionales e internacionales,... Entonces es siempre importante analizar las relaciones entre el sistema local y su entorno: con el legislador, el mercado, en cuanto a la innovación (tecnológica en particular), el abastecimiento en insumos, los flujos de información, etc.

Las instituciones pueden ser características de un territorio, u originarse en otra escala. En realidad, a menudo se configuran en la interacción entre los dos niveles, como en el caso de las transacciones de tierras descritas por Bouquet (2006): existen de manera simultánea dos escalas de regulación, que interactúan: leyes, reglamentos y organismos oficiales nacionales, y usos, convenciones y arreglos locales. A nivel de los quesos tradicionales, es entonces importante caracterizar al mismo tiempo las instituciones nacionales, su reinterpretación por los actores locales, y las instituciones locales, para ver cuales sistemas de acción favorecen o permiten (o enmarcan).

Sylvander *et al.* (2005) mostraron la importancia de entender el contexto político, económico y social del sector agroalimentario en general, y de la cadena en particular, para entender la dinámica y la justificación de la construcción de una IG¹⁶⁶. Pero puede existir un desfase entre la motivación

¹⁶⁶ Ese aspecto destaca la importancia de los elementos aportados y analizados en el marco de referencia sobre la política nacional agropecuaria y agroalimentaria, en particular en el sector lechero y quesero.

principal de un proyecto IG a nivel local, y la motivación general del sistema nacional de protección de las IG. La interconexión local/global no debe reducirse a una relación de dominio de las dinámicas globales sobre lo local (Sylvander y Biencourt, 2004). En efecto el consenso elaborado a nivel local puede también tener consecuencias a nivel nacional o global, mientras que consensos elaborados en arenas globales no son siempre en condiciones de imponerse a nivel local. De esta manera, atrás de la problemática de las escalas, se plantea la cuestión de las estructuras sociales, de los lugares y otros marcos en el cual se encastra la construcción y el manejo de una IG. Para Barham (2003), las IG son el resultado de un proceso de negociación multi escala, desde lo local a lo nacional, e incluso lo internacional (véase por ejemplo los debates en la OMC). En cada nivel se movilizan diversas justificaciones, que conducen a consensos particulares, pero en interacción con los otros niveles. Por ejemplo, la cuestión de la pasteurización en México ilustra el carácter multi-escalar de los foros de negociación alrededor de la calidad: a nivel nacional, la leche cruda es prohibida, pero a nivel internacional es permitida (incluso se importan quesos de leche cruda en México), y sobre todo a nivel local se aceptan ampliamente, y existen “acuerdos” más o menos tácitos y mecanismos de regulación informales, entre ganaderos, queseros, la Secretaria de Salud, y consumidores.

A veces existe una contradicción entre las escalas de acción política en cuanto al objeto patrimonial, y la escala que sería *a priori* más adecuada y pertinente (Prats, 2003). Si son posibles tensiones y conflictos entre actores internos al territorio para la apropiación de una IG, también pueden implicar a actores externos. En efecto, aun en el caso de un patrimonio local, puede ser apropiado por individuos o colectivos extra-locales. Su intervención puede tener impactos positivos o negativos, con los riesgos que conllevan de generar un efecto contrario a lo esperado al inicio de un proceso de calificación territorial, es decir una desterritorialización del producto, una pérdida de especificación, una “generización” del producto. Esta reflexión sobre las diferentes escalas implicadas en una IG hace eco también a los trabajos de Allaire y Sylvander (1997) y Sylvander y Marty (2000) sobre las diferentes combinaciones entre gobernanza sectorial y territorial en el manejo de los sellos de calidad agroalimentarios, en particular las IG.

A fin de cuentas, la multiplicidad de las identidades de los actores implicados en una IG se vincula con la multiplicidad de los patrimonios, de las escalas, y consecuentemente de los dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos de referencia. Es entonces necesario movilizar el concepto de hibridación para entender como emergen los dispositivos (lo que hace eco a Allaire, 2002, que habló de la hibridación en el caso de los procesos de calificación de productos agroalimentarios). Frente a la multiplicidad y complejidad de las posiciones de los actores y de las escalas implicadas en la

construcción y manejo de una IG, intervienen elementos de intermediación que favorecen la convergencia y permiten la hibridación necesaria para lograr un consenso.

3.6.2.6 Factores de convergencia: los mediadores

Frente a su complejidad y a la incertidumbre que genera, la construcción de una IG requiere elementos estabilizadores, mediadores que permitan reducir los costos de transacción (intercambio de información, negociación y elaboración de un consenso,...). Como lo constató Eymard-Duvernay (1989) en el caso de los modelos de empresas, el papel de actores ubicados al punto nodal (charnela) entre diferentes modelos, diferentes “mundos”, es en este sentido clave. Constituyen “intermediarios” alrededor de los cuales se articulan las tensiones y crisis de coordinación. En el caso de las IG, se tratan de actores más capaces de favorecer y acompañar la formación de un consenso.

El mediador, árbitro o acompañador, puede ser un organismo específico, dedicado a esa función. Este organismo favorece la clarificación de los objetivos y funciones de cada participante en el proceso de construcción de una IG, en adecuación con sus competencias individuales, lo que Barjolle y Sylvander (2002) consideraron como factor de éxito de una IG. Sin embargo, el papel de mediación puede también ser ejercido por entidades como un centro de investigación, una universidad, o una ONG, o un conjunto de entidades públicas o privadas. Cerdan (1999) definió tres etapas para la investigación-acción en el marco de la construcción social de la calidad:

- Sistematización de las representaciones de la calidad para los diferentes actores;
- Identificación de las zonas de incertidumbres y puntos críticos alrededor de la calidad;
- Construcción de un consenso a través la puesta en marcha de proyectos y productos comunes.

Como en el caso de los organismos públicos, los otros mediadores (académicos, ONG, etc.) tampoco deben ser considerados como neutrales y objetivos. Entra en el juego con sus propios intereses, identidades, motivaciones, y su interacción con los demás actores no puede pensarse sin considerar las relaciones de poder y de fuerza que las estructuran.

Antes de concluir, se debe considerar la posición de una categoría de actores que se ha escasamente evocado, y que sin embargo tiene incontestablemente su importancia en la construcción y manejo de una IG, de la cual es de hecho el destinatario final: el consumidor.

3.6.2.7 ¿Qué lugar para el consumidor en relación con una Indicación Geográfica?

En general, los consumidores no intervienen directamente en los procesos de construcción y manejo de una IG. Su influencia puede ser indirecta, en particular a través de la vigilancia e

intervención de las asociaciones de consumidores para que el Estado regule y controle la calidad de los productos por diferentes acciones (control, leyes sobre IG, etc.). Por su parte, el movimiento Slow Food, que reúne a la vez consumidores, productores y otros profesionales (chefs, entre otros) constituye al nivel mundial (y está presente en México) una organización que apoya las iniciativas de calificación territorial, y hace promociones y cabildeo a favor de los alimentos y bebidas locales. Las asociaciones de consumidores casi no existen en México, y tienen muy poca influencia y amplitud.

Por lo tanto, el consumidor debe ser considerado sobre todo como el destinatario de una IG, más que un participante en su construcción y manejo. Valida la legitimidad de una IG por su acto de consumo, y por aceptar le pagar un premio de calidad para los productos con IG. Sin embargo, no todos los consumidores tienen el mismo estatus ni la misma relación con el producto. Primero es importante destacar la diferenciación entre consumidores “ordinarios” y “expertos” (Casabianca *et al.*, 2005). Los últimos son totalmente implicados en la caracterización de la tipicidad por su capacidad a apreciar y disfrutarla, y por lo tanto participa en la calificación territorial de un producto. Es en particular el caso cuando ese consumidor experto tiene una función específica (catador, chef, etc.) que hace que sea un líder de opinión potencial, capaz de captar y orientar las demandas de otros consumidores. El consumidor ordinario solamente podrá constatar las “prominencias” del alimento, es decir su visibilidad, su capacidad para representar algo y distinguirse entre los otros alimentos de la misma categoría. Queda al margen de la construcción social de la calidad, aunque su papel puede ser importante en cuanto a la dinámica económica del producto (como comprador). De hecho un objetivo de una IG es a menudo captar un nuevo mercado de consumidores ordinarios, y evitar que, por no ser expertos, se satisfagan de las imitaciones.

A través de procesos de aprendizaje tipo “learning-by-using”, un consumidor ordinario puede volverse experto, y su proximidad cognitiva con el producto y el productor puede crecer (Requier-Desjardins, 1999). De esta manera, la “ineficiencia” del consumidor por falta de informaciones o capacidades para evaluar el producto se puede corregir por procesos de descubrimiento y aprendizaje a través de diferentes modos. Es por la innovación en las actividades de consumo que se materializan cambios de preferencias, validando tal o cual innovación en el producto, y que se puede conformar una ventaja competitiva diferenciadora (dándole un valor específico). En este caso, no se trata de una cuestión de percepción (individual) pero sí de un saber común, que se construye. Por ejemplo, la tipicidad territorial de un producto sirve para garantizar otros atributos (calidad sanitaria, organoléptica, apoyo al desarrollo local, etc.). Pero eso requiere que esas características sean reconocidas: la relación cognitiva entre consumidor y producto (por ejemplo basada en una relación específica con la zona de producción) puede entonces constituir un recurso específico, si la

objetividad de las características es validada por un proceso de aprendizaje colectivo (que puede hacerse a través de sellos de calidad, pero no exclusivamente). *“El conocimiento común de los productos puede entonces ser considerado como un bien público, y su emergencia corresponde a un proceso de producción de bien público”* (Requier-Desjardins, 1999).

En México, la calidad de un queso se vincula más a la forma de usarlo (para quesadillas, con los frijoles, para tostadas,...) que con una calidad de origen. Eso ha facilitado el proceso de desterritorialización y despatrimonialización. Sin embargo, no se tratan de procesos irreversibles; la calificación formal de los productos ha implicado construcciones colectivas, decisiones políticas, etc. y no surge de la nada, o como si fuera sólo “por cultura”. El caso francés, tal como lo presentó Delfosse (2007) en su tesis doctoral que mostró la evolución histórica y geográfica de la producción de queso en Francia, es un claro ejemplo de que la calificación territorial se construye, en base a diferentes dinámicas tanto económicas como sociales, políticas y culturales. Así, la producción quesera de Francia se ha desarrollado a partir de una combinación entre dinámicas de uniformización, estandarización e industrialización de un lado, y localización, patrimonialización, diferenciación, producción artesanal por otro lado. La estandarización no es una fatalidad, sino que es una opción, y la localización o relocalización de la producción es otra opción posible. Todo depende entonces de la voluntad y de la acción de los diferentes actores implicados (productivos, públicos, comerciales y consumidores). En fin, el consumo de productos con IG permite al consumidor apropiarse el origen del producto, las tradiciones, su valor simbólico; el reto consiste entonces en constituir y volver visible esa oferta.

3.6.3 Síntesis: elementos de análisis de la construcción de una indicación geográfica

Se ha movilizado principalmente tres visiones sobre la construcción de una IG: la noción de la apropiación patrimonial, la teoría sobre los comunes y bienes colectivos (públicos, de club, etc.) y la teoría de las convenciones. Cada uno aporta elementos de reflexión y herramientas analíticas, y aclara diferentes aspectos, en el marco del conjunto cadena productiva/ territorio formado por un Sial.

En síntesis, se puede decir que la construcción de una IG reconoce e institucionaliza un producto tradicional como bien común, y a través de él un conjunto de recursos territoriales (saberes técnicos y relacionales, recursos materiales, reputación,...) y las modalidades de su apropiación. Eso no quiere decir que el producto local no constituye un bien común si no tiene un sello IG, sino que la acción colectiva de construcción y manejo de la IG lo revela como tal y modifica los dispositivos cognitivos,

técnicos e institucionales que definen su uso, provisión y apropiación. La calificación de un producto tradicional se hace en base a recursos preexistentes, a partir de los cuales se produce otro recurso, el sello IG, como bien común. En este sentido, la emergencia de una IG es asimilable a un proceso de patrimonialización, que identifica, selecciona y articula un conjunto de recursos territoriales, y los reconoce un estatuto de patrimonio común: colectivo, transmitido de generación en generación, y complejo (como conjunto formado de productos, saberes, formas organizacionales, representaciones, etc.).

Construir y manejar una IG remite entonces a la producción y consumo de un recurso común, por comunidades de producción y consumo más o menos incluyentes (y que no son idénticas), a través de un sistema de reglas “*de facto*” y “*de jure*” que constituyen el dispositivo institucional de la IG basado en un modo de gobernanza específico. Las estrategias y acciones de los diferentes participantes se explican por un amplio abanico de justificaciones, de dispositivos cognitivos que las encastran en diferentes “mundos”, que se confrontan y combinan de manera compleja. Se deben ver los diferentes objetivos de una IG de manera sincrónica, en relación con diversas expectativas, que se confrontan durante fases de negociación. Es a partir de estos dispositivos institucionales y cognitivos que es posible aprehender tanto las prácticas individuales y los dispositivos técnicos, como el marco político y la acción colectiva en torno a una IG.

En fin, tras la multiplicidad de las visiones y expectativas, se puede ver diferentes visiones y expectativas en cuanto al desarrollo rural, a su concepción misma (énfasis en la tecnología, la integración del mercado, la preservación del medioambiente, o la valorización de la cultura,...). Aunque de hecho los impactos de una IG no son siempre los que se esperan. Resultan de la compleja interacción entre conceptos de la calidad, formas de coordinación, recursos territoriales, prácticas productivas y relaciones de poder. Es necesario entonces ver como se relacionan la calificación territorial, vía la construcción y manejo de un sello IG, y la constitución y el manejo de los recursos territoriales, la manera con la cual estos recursos son movilizados para definir y valorizar la calidad territorial del producto. Esto conduce a pensar de manera conjunta la construcción de una IG y sus impactos dentro de un marco territorial definido, destacando la interacción entre calificación y trayectoria de desarrollo de un sistema productivo local, y de manera más amplia en la reconfiguración de tal sistema. La noción de apropiación patrimonial muestra que la configuración y la gestión de un patrimonio colectivo son las dos caras de la misma moneda, y que se debe considerar conjuntamente las dimensiones mercantiles e identitarias, políticas y economías. Será entonces necesario evaluar los impactos de una IG desde una perspectiva sistémica e integrada.

3.7 Consecuencias de la calificación territorial para la trayectoria de desarrollo de un SIAL

Diferentes autores (Muchnik *et al.*, 2008; Boucher, 2009b; Fourcade *et al.*, 2009; GIS SYAL, 2009) insistieron sobre el lugar central dado dentro del enfoque Sial a la calificación territorial de los se interesaron por la cuestión de los productos tradicionales y su valorización, en particular a través de Indicaciones Geográficas (Muchnik *et al.*, 2007; Requier-desjardins, 2007a y 2007b; Boucher, 2009b; Perrier-Cornet, 2009; Fournier y Muchnik, 2010). Desde el punto de vista del desarrollo, la calificación territorial ha sido considerada como una alternativa frente al modelo de producción y consumo de masa. Constituye una oportunidad, especialmente para pequeñas unidades económicas (campesinos o agroindustrias, pero también restaurantes y comerciantes) y/o regiones marginadas (con problemas de pobreza, migración, etc.), de valorizar sus recursos territoriales y generar una ventaja diferenciativa, cuando la lógica productivista y de competencia-costo implicaría el casi-abandono de muchas regiones. Así los conceptos de Sial y de calificación territorial tienen una cierta “fungibilidad” conceptual y operacional, que explica la frecuencia de su asociación.

La calificación territorial es una forma de territorialización y activación de un Sial que ha despertado muchos intereses en torno a sus implicaciones y por la multiplicación de las iniciativas para la valorización de los productos locales. Además, obviamente, el enfoque Sial constituye una entrada particularmente pertinente para analizar la relación entre un territorio y una actividad productiva, y darle sentido. Un proceso de calificación territorial alude a una forma activa y explícita de para un grupo de actores de anclarse en un territorio, y afirmar o reafirmar su relación con él y sus recursos.

3.7.1 La calificación territorial como factor de construcción territorial y consolidación de un Sial

La calificación territorial de un producto tradicional, y la obtención y el manejo de un sello de calidad, aparecen como una finalidad común¹⁶⁷ que anima el Sial, implicando tanto a los actores de la cadena productiva como a otros actores (autoridades administrativas, consumidores, académicos, agentes de desarrollo,...). Constituye entonces el eje principal alrededor del cual se articulan y se coordinan los diferentes elementos, humanos y no humanos, que componen un Sial. Por lo tanto, un análisis sistémico es esencial puesto que la calificación territorial remite a la imbricación entre procesos técnicos, económicos y sociales, y entre activación y valorización de los recursos

¹⁶⁷ Aunque atrás de la finalidad común existen en general una multiplicidad de otros objetivos, sostenidos por diferentes tipos de actores individuales o colectivos, que se confrontan y complementan para conformar la finalidad común.

territoriales y nuevas exigencias y demandas sociales (Cerdan, 1999; Linck y Bouche, 2008). Implica reflexionar en torno a la definición de un producto (y de los recursos específicos “incorporados” a ese), la elaboración de un pliego de condiciones y otros elementos: acción colectiva y gobernanza, saber-hacer, innovaciones y tecnología, control y certificación, renta de calidad, patrimonialización, relación oferta/demanda, inserción en los mercados (y competitividad), desarrollo local, biodiversidad, etc. Un Sial es el espacio productivo, social y simbólico, en el cual se encastra la acción colectiva de apropiación de los recursos territoriales que fundamenta un proceso de calificación. A su vez esta acción colectiva es lo que hace de un Sial un sistema, marcando la interdependencia entre actores y objetos. La relación entre Sial y calificación territorial debe entonces verse a partir de la recursividad entre ambas dinámicas (Figura 27).

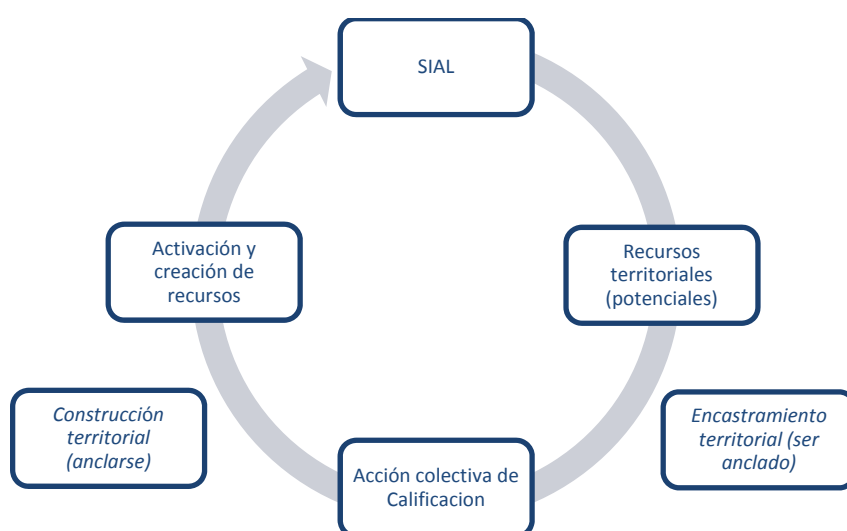


Figura 27: Relación entre Sial y Calificación Territorial (elaboración propia)

Se supone entonces que un proceso de calificación (a condición de ser a la vez acompañado de un proceso de patrimonialización) participa de la construcción territorial, materializando conocimientos compartidos y acuerdos que se establecen entre actores y refuerzan la identidad del territorio. De hecho, *“la construcción territorial resulta de la interacción de procesos cognitivos individuales y de juegos institucionales”* (Pecqueur, 1996: 224). *“Un trabajo sobre este patrimonio alimentario refuerza entonces el proceso de solidarización entre actores”* (Cerdan, 1999: 37). La calificación favorece el mantenimiento de un Sial, su resiliencia, porque refuerza la interdependencia entre actores y objetos que constituyen el sistema. Al establecer y explicitar una finalidad común, puede permitir pasar de una simple aglomeración de actores a un verdadero sistema. Las instituciones y organizaciones (es decir los dispositivos institucionales) desarrolladas en el marco de una IG explicitan las reglas y el destino común que rige la dinámica del Sial, en torno a los recursos territoriales que comparten los actores. La construcción y el manejo de una IG dan lugar a procesos de intercambios y aprendizajes, y tienden así hacia una convergencia consensuada de los dispositivos

cognitivos y técnicos. De esta manera, la calificación, como apropiación colectiva de un patrimonio, se vincula con la construcción de una identidad común en el Sial, y tiende a reforzar la identificación a un colectivo. El producto con IG se afirma (o reafirma) como patrimonio local, por naturaleza colectivo, lo cual implica también la idea de transmisión, y por lo tanto de preservación¹⁶⁸ de los recursos para transmitirlos a las siguientes generaciones, asegurando así la perennidad del Sial en el tiempo.

Una IG remite al establecimiento de barreras en la entrada y salida de la actividad, que pueden constituir un determinante fuerte para la perennidad de un Sial. Fournier (2002) mostró por ejemplo la desestabilización de un Sial por la debilidad de las barreras de entrada en la actividad. El manejo de un bien común requiere cierta capacidad para gestionar los aspectos conflictivos que son los procesos de penalización y exclusión, sin embargo necesarios a la perennidad de la acción colectiva (Poméon *et al.*, 2006). El comportamiento de algunos “pasajeros clandestinos” (los “*free riders*” de Olson, 1971) puede debilitar o incluso aniquilar las dinámicas colectivas. Esta tendencia es aun más fuerte cuando se trata de un grupo grande, que reúne a actores heterogéneos (en cuanto a sus preferencias, representaciones, poder,...). Se necesita cierta cohesión para mantener la acción colectiva, cohesión que requiere diversas formas de proximidad (en particular proximidad organizada) y el refuerzo de las reglas colectivas (es decir modos de coordinación y gobernanza adecuados). Es el reto asociado a la emergencia de dispositivos institucionales en relación con una IG.

Partiendo de la idea que la activación de un Sial corresponde a una acción colectiva (o un conjunto de acciones colectivas) para el uso y/o la construcción de un recurso común, la calificación se aborda como proceso de activación. En efecto, remite a la construcción de un recurso específico común (una IG) basada en la tipicidad de un producto, en relación con los recursos territoriales existentes y su apropiación (Barjolle y Sylvander, 2002). Puede generar eficiencia colectiva, medible por sus impactos principalmente individuales (mayor rentabilidad, autoestima,...) pero también colectivos (fama, paisajes,...). Modifica la trayectoria del territorio, *a priori* en el sentido de una trayectoria de desarrollo de especificación. En este sentido, es un elemento que a la vez refuerza, consolida un Sial, y también conduce a modificaciones importantes en su estructura y dinámica.

Para Fournier (2008), una indicación geográfica puede tener una función clave en la activación de un Sial vía el refuerzo de la especificidad de sus recursos. Además, constituye una alternativa posible

¹⁶⁸ Aunque un proceso de calificación también puede conducir al agotamiento de ciertos recursos; de hecho consiste en seleccionar lo que tiene valor, lo que vale la pena transmitir, y lo que no vale la pena. En casos extremos, si conduce a una desaparición del producto local, se asemeja más bien a un proceso de “despatrimonialización”.

frente a las consecuencias negativas de la ausencia, escasez o inadecuación de los mecanismos de regulación de la calidad (Rangel, 2002; Boucher, 2004; Poméon *et al.*, 2007a), que favorece los productos de baja calidad y la usurpación de la reputación de un producto tradicional. Sin embargo, no existe una relación sistemática entre IG y reforzamiento y perennidad de la acción colectiva. Así, la relación entre IG y Sial debe ser abordada como un proceso marcado por el cambio, cuyo resultado es incierto y vinculado con múltiples factores.

3.7.2 Calificación territorial y reconfiguración del Sial

La trayectoria de desarrollo de un Sial depende de la movilización de recursos específicos, en el marco de las interacciones que vincula una población localizada con un territorio. El lazo teórico entre calificación y desarrollo territorial se ubica por lo tanto en las modalidades de construcción y apropiación de los recursos territoriales, es decir en los dispositivos técnicos, institucionales y cognitivos que enmarcan el acceso, manejo y uso (tanto individuales como colectivos) de los recursos territoriales. Como lo vimos, la construcción y manejo de una IG se relaciona con una modificación de estos dispositivos. Conduce a nuevos modos de coordinación (por ejemplo en cuanto a las instancias de control), nuevas representaciones, nuevos saberes, nuevas modalidades de apropiación de los recursos territoriales y de repartición de la renta. Implica diferentes innovaciones (técnica, organizacional, institucional, social, mercadotécnica, entre otras) que conducen a la construcción social de un mercado, entendido como la construcción de modos de intercambio y la atribución de valores (en particular a objetos que no tenían un valor mercantil propio) (Zelizer, 1992). Es un proceso bastante complejo, largo e incierto, objeto de numerosos conflictos, que tiene a la vez implicaciones mercantiles y no mercantiles (modificación de recursos; apropiación patrimonial, identidad) (Hirczak, 2007). Desde un punto de vista mercantil, la calificación puede generar una renta y mejorar el posicionamiento del producto en un mercado. Incluso puede generar la formación de nichos de mercados, con una situación monopolística para el grupo que posee el derecho de uso del sello de calidad. Mayor estabilidad y autonomía, mayores ingresos pueden a su vez fortalecer entonces el desarrollo socioeconómico y cultural local. Pero esto depende también del uso que se hace de la renta de calidad generada. Una IG puede ser considerada como un instrumento, una “tecnología” de desarrollo. En este sentido, es marcado por la evolución y el cambio, y lleva a una reconfiguración del Sial.

Los consensos alrededor de una IG son sustentados no sólo por retos económicos sino también políticos. Definir las características de un producto y de los modos de producción, decidir de los actores incluidos o excluidos vía la apropiación colectiva del producto local y su manejo, de las modalidades de activación de este recurso colectivo y de su futuro, son elementos que se enmarcan

en el juego político local. De hecho, la frontera entre los campos políticos y económicos, vigentes en las corrientes dominantes de ciencias sociales, parecen entonces bastante inadecuadas para abordar los procesos de calificación en toda su complejidad (sin hablar de la necesidad de integrar también elementos de las ciencias biotécnicas). Calificar un producto tradicional, es calificar el territorio (Hirczak, 2007); diferenciación del producto y diferenciación territorio son enredados, la calidad constituyendo un recurso para el desarrollo territorial. De tal forma, el proceso de calificación de una IG refleja el estado de la relación entre productores y su territorio.

Tras haber planteado en sus grandes líneas la relación entre Sial, calificación y desarrollo local, parece necesario profundizar esta reflexión con elementos más concretos. Así proponemos abordar ahora el tema de las consecuencias de los procesos de calificación territorial, tanto en términos de resultados como de impactos, y analizar las tramas de causalidad que vincula la calificación con las dinámicas sectoriales y territoriales.

3.7.3 ¿Cómo concebir las consecuencias de la construcción y del manejo de una indicación geográfica?

Se puede abordar las consecuencias del establecimiento de una IG y de su aplicación de varias maneras. Barjolle y Sylvander (2002), se interesaron por los “factores de éxito” de las IG: capacidad a valorizar el potencial de diferenciación del producto; apropiación y adecuación de las reglas en cuanto a los diferentes operadores (con sus limitantes técnicas y financieras); integración de funciones inicialmente manejadas individualmente en un colectivo (promoción, manejo y control de calidad, compra de insumo,...); y en fin eficiencia del soporte institucional.

Se propone aquí primero distinguir entre los “resultados” y los “impactos”. Los resultados aluden a los dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos efectivamente establecidos tras el proceso de construcción de la IG (nuevos dispositivos, o cambios ocurridos en los antiguos dispositivos), relacionados en particular con las motivaciones e intenciones iniciales en los cuales se enmarca la construcción de una IG. En ese sentido, una IG se inscribe a la vez en juegos a la vez económicos y políticos. Por su parte, los impactos remiten a los efectos económicos, sociales, ambientales, entre otros, de una IG.

Cualquiera que sea la perspectiva adoptada para analizar las consecuencias de una IG, se adoptará en todos los casos una postura diacrónica, donde la relación entre IG, resultados e impactos se ve como un proceso incremental y encastrado.

3.7.3.1 Del planteamiento de una indicación geográfica a sus consecuencias: dimensión política

Como lo muestra la teoría de las convenciones, una IG se plantea a partir de varias lógicas, motivaciones y principios de “justicia”. La construcción y el manejo de una IG se basan en la emergencia de acciones colectivas, a partir de la confrontación entre individuos, revelando así los diferentes intereses, prácticas, representaciones. El resultado de esta acción colectiva, materializado en la definición del área delimitada, el pliego de condiciones y las instancias de control, es entonces la expresión de la hibridación entre diferentes lógicas. Así, los impactos de una IG dependen en primer lugar de las motivaciones y lógicas que la sostienen.

Para Fonte (2008), el primer objetivo de un sello IG es a menudo la valorización económica de un producto local con el fin de dar un nuevo impulso al desarrollo local, e incentivar la resiliencia de una comunidad y de su modo de vida (incluyendo por supuesto sus sistemas productivos). Las dimensiones sociales y ambientales son objetivos secundarios de las IG, que pueden de hecho ser tanto benéficos como nefastos en cuanto a estas dimensiones. Pero no se debe olvidar que las justificaciones que orientan la construcción y el uso de una IG son múltiples y variables, de un caso al otro y en el tiempo (Sylvander *et al.*, 2005; Fournier, 2008; Poméon y Fournier, 2010).

Por otra parte, una IG se inscribe en la tensión entre dos lógicas (Moity-Maizi y Amilien, 2008): maximizar el vínculo con el terruño, con el riesgo de excluir muchos actores y reducir la flexibilidad y el potencial adaptativo de la IG; o al contrario maximizar el número de beneficiarios de la IG, con el riesgo de disminuir la especificidad del producto y por lo tanto su potencial a generar una competitividad diferenciativa. Esta tensión ha conducido en la definición de varios tipos de IG. Por ejemplo, en el caso europeo, el vínculo con el terruño es más estricto en las Denominaciones de Origen que en las Indicaciones Geográficas Protegidas. En fin, las consecuencias de una IG se relacionan a la vez con la intención (o más bien el conjunto de intenciones) sostenida por sus promotores, responsables y usuarios, y a la vez con la “intención” más o menos implícita del marco legal que regula las IG.

Este marco importa en particular por la orientación que da a los principios de justificación del vínculo entre un producto y un territorio. Se distinguen principalmente dos principios: la justificación monofactorial y la justificación sistémica. Thomas y The Anh (2009) presentaron un caso muy ejemplar de la tensión entre esos dos principios, a través de la situación en Vietnam. En efecto en ese país cohabitan dos sistemas legales de indicaciones geográficas: el “sistema DO”, basado en el sistema europeo, y el “sistema IG”, basado en los acuerdos ADPIC. En el primer caso, la justificación del vínculo producto/territorio que deben aportar los solicitantes se apoya en una concepción

sistémica de tal vínculo, implicando varios factores interconectados (humanos y naturales). Toma además en cuenta la variabilidad que puede existir dentro de un tipo de producto. Se basa en una “obligación de medios” más que una “obligación de resultados”. Se acerca esa concepción de lo que Allaire (2002) mencionó como el carácter trascendental de la calidad territorial¹⁶⁹, que no puede resumirse a uno o algunos factores y atributos vinculados por una relación de causalidad lineal simple. Es particularmente adaptada para dar cuenta del carácter patrimonial de un producto tradicional (como bien colectivo complejo), y por lo tanto de un esquema de protección en adecuación con esa visión.

Thomas y The Anh (2009) oponen a este esquema de DO una justificación basada en una concepción monofactorial del vínculo entre territorio y calidad de un producto. En este caso, los solicitantes deben aportar pruebas científicas del vínculo entre un atributo bien definido y el territorio (por ejemplo, la presencia de tal molécula, vinculada con el sabor específico del queso, se explica por la presencia de tal molécula en una variedad de pasto endémica en la zona). Aportar este tipo de pruebas es muy difícil, además que poco adaptado a la complejidad de los vínculos producto/territorio, que relaciona a menudo múltiples factores con múltiples atributos¹⁷⁰. Conduce a simplificar la noción de calidad, y a reducir el producto patrimonial a un estándar industrial. A nivel del pliego de condiciones, se vincula a una obligación de resultados más que de medios. Además, puesto que aportar tal tipo de prueba monofactorial es difícil, largo y costoso, ese sistema inspirado por los ADPIC prevé un “plan B” (otra opción): basta con mostrar, por encuestas de opinión por ejemplo, que el producto beneficia de cierta reputación que lo asocia con un origen geográfica. Esta postura (mercantil) deja de lado toda la complejidad del vínculo, y reduce una IG a una simple reputación como argumento comercial. No define ningún marco en el cual establecer el pliego de condiciones, pues la reputación se considera como suficiente para definir el carácter local del producto. *“Ese plan B hace que la IG es cada vez más establecida sobre bases que ya no la distinguen realmente del derecho de marcas, la IG es así reducida a una imagen de marca”* (Thomas y The Anh, 2009: 3).

¹⁶⁹ Remitiendo a una concepción de la calidad cercana al del mundo inspirado de Boltanski y Thévenot (1991). En el caso de las DO, se establece un consenso entre esa visión inspirada y una lógica industrial, vinculada por esencia con la noción de pliego de condiciones.

¹⁷⁰ Por ejemplo, tal molécula M implicada en el sabor de un queso se relaciona a un conjunto de factores: composición del suelo, prácticas agrícolas, especies de pasto, modos de alimentación y técnicas queseras; a su vez esos factores impactan sobre otros atributos del producto. Además, esta molécula M posiblemente influye sobre varios atributos a la vez (sabor, textura, color, etc.), de manera individual y en interacción con otras moléculas, ellas-mismas relacionadas con múltiples factores y atributos. A fin de cuentas, esta lógica de justificación del vínculo producto/territorio es compleja, y por lo tanto difícilmente reducible a relaciones de causalidad simple.

Las consecuencias de una IG son productos de dinámicas a la vez locales, nacionales e incluso globales. Bowen (2010) mostró que dependen a la vez del contexto político y económico nacional, de la legislación, y de los procesos locales de construcción de una IG. Es en relación con esos diferentes niveles y campos que se establecen modalidades de definición de la calidad (estándar o específica, artesanal o industrial,...), de la relación producto/territorio, del funcionamiento del organismo de gestión de la IG, de la relación entre actores locales y extra-locales; modalidades que a su vez influyen y determinan los impactos de una IG. Las relaciones de poder (local y extra local) tienen una gran importancia, lo que hizo decir a Bowen (2010) que *“as many scholars have noted, the creation and enforcement of quality standards is highly politicized”*. Se puede entonces destacar que la construcción misma del marco legal y administrativo que regula las IG en general remite a apreciaciones culturales y rejugos del poder, objetivamente imponderables (Rodríguez, 2007). La legitimidad de una IG se plantea a varios niveles, desde lo local hacia el reconocimiento por el Estado nacional y luego las instancias internacionales. Por ejemplo, las IG pueden ser aprovechadas por el Estado para promover o reconfigurar (en parte) la identidad nacional, a través de marcadores simbólicos fuertes, que transitan así de la escala local a la escala nacional y eventualmente global (Rodríguez, 2004). El caso del Tequila es una ilustración de la imbricación de escalas en un producto instituido como símbolo de mexicanidad.

Entonces para entender como una IG se relaciona con la trayectoria de un sistema productivo local, se debe empezar por analizar a un nivel más general, una escala nacional (o incluso internacional a veces) el contexto que enmarca la construcción y el uso de las IG. Este paso previo permite anclar, contextualizar y orientar el siguiente paso, que remite a la identificación y análisis de los diferentes dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos locales resultantes de la construcción y uso de una IG.

3.7.3.2 Emergencia de nuevos dispositivos: el papel central de los saberes

La construcción de una IG y su manejo, como proceso de calificación y patrimonialización, se asocia a dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos que emergen o se reconfiguren a lo largo del proceso. Hemos mencionado lo que incluían estos dispositivos, insistiendo en el carácter interdependiente e imbricado entre los diferentes tipos de dispositivos, cuya separación es sobre todo de orden analítico. Ahora bien parece importante insistir sobre la importancia clave de las dinámicas cognitivas, destacadas por diferentes autores (véase por ejemplo a Bérard y Marchenay, 2004; 2007). En efecto, es alrededor de la confrontación de diversos saberes, y de las selecciones operadas que se articula la elaboración del pliego de condiciones, y que se legitiman o se excluyen las prácticas y técnicas.

Construir una IG conduce a identificar y seleccionar los saberes tradicionales, mejorarlos (incorporando en particular prerrogativas sanitarias para garantizar la inocuidad, y el respeto de las normas sanitarias), y formalizar y codificarlos (en el pliego de condiciones). Además de la problemática técnica, conlleva dimensiones cognitivas y culturales. De hecho se trata de identificar a la vez las tareas estratégicas desde el punto de visto técnico (tareas necesarias para el proceso de producción), y las que se relacionan con la especificidad cultural y simbólica del producto (sin ser indispensable para hacer el producto, son indispensable para “hacer su tipicidad”). Esta doble identificación reactiva el debate sobre la confrontación entre saberes científicos, llevados por los técnicos y científicos implicados en el proceso de calificación, y los saberes tradicionales, llevados en general por los productores. Un reto consiste en lograr formalizar los saberes de los productores, en su doble lógica técnica y de especificidad, pero evitando de perder la diversidad que empíricamente se constató para los productos locales (Bérard y Marchenay, 2004; Casabianca *et al.*, 2005)¹⁷¹. Se debe lograr un consenso entre características del producto y del territorio, exigencias del marco regulatorio y preferencias de los consumidores. Otro reto consiste en que si esta “*lectura selectiva del pasado*” es necesaria para elegir las características relevantes que deben definir el producto local y los saber-hacer asociados, la formalización de saberes tradicionales no puede ser definitiva, es decir que debe permitirlos de evolucionar, como siempre lo han hecho. No debe comprometer la “eficiencia adaptativa” del sistema productivo local, que invariablemente deberá enfrentar cambios internos y externos.

En efecto, una IG implica forzosamente una operación de selección, un consenso entre la lógica tradicional y la lógica mercantil, una “masificación estandarizada de lo tradicional” (Nuñez, 2007), que reduce la diversidad y conduce a fijar algo “vivo”, que por naturaleza es en constante cambio. “(...) *La denominación de origen es una forma histórica y cultural que, en tanto materializa la reinvención de la tradición y autenticidad, al tiempo que objetiva la estandarización de la calidad en la línea de cánones globales, se ha vuelto uno más de los elementos del proceso de globalización*” (Rodríguez, 2007: 145). La contradicción entre homogeneización y heterogeneidad, entre estabilización y evolución, es inherente a las IG. Pero es también en los términos de la tensión entre global y local que piensan las IG: no son propiamente una alternativa opuesta a la globalización, sino más bien una alternativa “glocal”. Una IG es una forma cultural, no sólo una figura económica, construida histórica y socialmente, reinventada y “resignificada” en el contexto de la era global (Rodríguez, 2004).

¹⁷¹ En el caso de sellos de calidad, la elaboración de reglas conduce *a priori* ineluctablemente a perder diversidad en las prácticas. El desafío es de minimizar esta pérdida a un nivel económica y socioculturalmente aceptable.

Boltanski y Chiapello (1999) mencionaron dos modalidades para la inserción en las dinámicas mercantiles de los productos “auténticos” (dentro de los cuales podemos ubicar los productos tradicionales), para categorizarlos con la meta de intercambiarlos en un mercado y producirlos en cantidades importantes. De un lado, la estandarización conduce, en una lógica industrial, a definir estrictamente un proceso de producción y atributos finales. La codificación es una operación más flexible, en la cual se selecciona y codifican una serie de elementos pertinentes que entran en la composición de un tipo de producto. Si conduce también a una reducción de la variabilidad “auténtica”, y participa de una lógica industrial y mercantil, es más flexible que la estandarización, y trata de establecerse a la frontera entre la lógica de autenticidad y las lógicas industriales y mercantiles.

En la construcción o modificación de una IG, se opera entonces una selección al interior de la diversidad de las prácticas y técnicas tradicionales, y al mismo tiempo una hibridación entre saberes locales y saberes de expertos (científicos), sobre aspectos técnicos así como la gestión de los esquemas de certificación y regulación. Un riesgo potencial para los actores locales es la pérdida del control de este proceso, lo que puede conducir a un acaparamiento de sus saberes (y reputación, historia, pues todo lo vinculado que junto conforma el producto IG en su naturaleza patrimonial) por actores extra-locales, que de tal forma pueden apropiarse el producto tradicional. En relación con lo planteado en el párrafo anterior, cabe destacar que el proceso de identificación y selección de los saberes es estrechamente en relación con el marco regulatorio de las IG, y en particular la forma de plantear y justificar el vínculo entre calidad de un producto y territorio.

Los resultados pero también los impactos de una IG deben pensarse de manera sistémica, tomando en cuanto el carácter complejo de la relación entre un producto y un territorio, la interdependencia entre los diferentes dispositivos y la complejidad de las relaciones de causalidad.

3.7.4 Abordar los impactos de una IG de manera sistémica

Sin entrar en los detalles, dado que el enfoque de este trabajo remite más a la construcción de las IG que a una evaluación efectiva de los impactos de su uso, queremos sin embargo presentar algunos elementos sobre la manera de abordar los impactos de las IG en los sistemas locales. Hay dos maneras de hacerlo, que son en realidad complementarias:

- Desde un punto de vista sistémico, partiendo de la idea que una IG alude a un patrimonio colectivo, complejo, vinculado con un sistema de recursos, se plantea que los impactos de una IG son múltiples y sistémicos, indivisibles, y de alguna manera inconmensurables. En la lógica de la economía patrimonial, la calificación se debe pensar

a partir de las nociones de encastramiento y multifuncionalidad del territorio. Depende del territorio en el cual se encastra, a la vez que lo impacta (Barham, 2003).

- La otra manera de analizar los impactos, más operacional, es descomponer los impactos en diferentes ámbitos, en diferentes recursos que impactan: precio, reputación, saberes, gobernanza, instituciones, organizaciones, relaciones, producto,...

Diferentes programas de investigación¹⁷² así como diferentes autores (Belletti *et al.* (2005) o Lence *et al.* (2006), entre otros) destacaron los beneficios vinculados con la atribución de una IG, en particular en términos de desarrollo territorial. Estos beneficios llamaron la atención de actores del desarrollo rural en América Latina. Sin embargo, muchos de los estudios conciernen Europa y falta tener más perspectivas sobre países donde estas figuras son menos desarrolladas. En el caso de México, las principales (y casi únicas) referencias conciernen el caso del Tequila (y a veces se prolongan hacia el mezcal): los trabajos de G. Rodríguez, S. Bowen, A. Valenzuela, J. Hernández López son una ilustración de esta literatura. A. Nuñez (2007) se interesó al caso de los IG para queso, pero más bien en una postura prospectiva.

Los impactos de una IG puede ser descompuestos en función de su naturaleza: económico, político, social, ambiental, cultural, etc. Aquí no se trata de hacer una lista exhaustiva, como en los trabajos y programas y que pretenden evaluar los impactos de las IG, en particular desde la perspectiva del desarrollo sustentable. Además, en adecuación con los casos empíricos estudiados, queremos destacar algunos ámbitos posibles para abordar los impactos, aunque en nuestro caso será más en desde un punto de vista de prospección que de evaluación *ex post*. A continuación, se mencionan algunos tipos de impactos, teniendo en cuenta que en la literatura sobre IG se ha mostrado que las IG pueden tener tanto impactos positivos como negativos, o no tener impactos:

- Impactos sobre apoderamiento de los actores locales y gobernanza;
- Impactos sobre el valor y su repartición;
- Impactos en términos de costos;
- Impactos en términos de biodiversidad;
- Impactos en términos de formalización de la economía informal;
- Impactos sobre representaciones, modelos cognitivos de organización de la realidad;
- Impactos en términos de patrimonialización – transmisión del bien patrimonial.

A menudo, los diferentes impactos son interdependientes, como por ejemplo lo económico y lo político (controlar la gobernanza, se relaciona con controlar la repartición del valor, etcétera).

¹⁷² En particular los programas de investigación Dolphins, PRODIGG, SINERGI, y BIODIVALLOC.

Preferimos entonces indagar un poco más en la perspectiva sistémica, que además se presta mejor a nuestro cuestionamiento sobre la relación entre Sial y calificación territorial. El cambio en los dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos remite a una modificación de las modalidades de (re)producción, manejo y uso de los recursos, es decir de su apropiación. De esta manera, impacta también en la configuración misma de esos recursos, al mismo tiempo que modifica las situaciones y dinámicas individuales y colectivas, en diferentes ámbitos: medio ambiente, empleo, formas de sociabilidad, cultura, procedimientos técnicos, repartición del valor a lo largo de la cadena, calidad organoléptica del producto,... Para abordar estos diferentes impactos, tratando de conservar en el análisis el carácter complejo e interdependiente entre múltiples factores y múltiples impactos, la propuesta del enfoque de multifuncionalidad, aplicada a la noción de Sial, es una entrada *a priori* pertinente. Parte del planteamiento que en función de las interacciones e interdependencias entre los diferentes elementos que componen un Sial (tipo de productos, modos de producción, estrategias de valorización y de calificación, dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos,...) se coproducen con los bienes privados una serie de externalidades positivas o negativas y bienes/servicios públicos diferentes.

La multifuncionalidad de una actividad, en particular agropecuaria y/o agroalimentaria, puede concebirse a varios niveles¹⁷³: a nivel individual, de la unidad de producción, o a nivel del sistema local productivo (Requier-Desjardins, 2002; Caron *et al.*, 2008b). En el caso de productos tradicionales o típicos, la activación de la calidad territorial puede ser el motor, o por lo menos el revelador, del carácter multifuncional de las actividades en un territorio. En el caso de un Sial articulado alrededor de un producto o una canasta de productos y servicios con calidad territorial, la reputación (vinculada con un origen geográfico) constituye un recurso colectivo para los productores de la región, que se puede traducir en una ventaja diferenciativa y una renta. Pero esta reputación resulta también de una situación compleja de coproducción de bienes privados (productos brutos o procesados) y públicos: paisajes, externalidades ambientales positivas (preservación de la biodiversidad, etc.) o negativas (contaminación, etc.), reconocimiento social, organización del trabajo, cooperación, referencias y valores identitaria,... En la producción de estos bienes públicos, participan no solamente el conjunto de unidades agropecuarias y agroindustriales, sino también actores no directamente implicados en la producción de los bienes privados, como comerciantes, administración pública, actores del turismo, etcétera. Su participación se explica por el interés que tienen para incentivar la producción de externalidades, que podrán eventualmente internalizar para su propio beneficio.

¹⁷³ Mencionamos aquí dos niveles, pero es posible también analizar la multifuncionalidad a otros niveles: a nivel de un proceso productivo particular dentro de una empresa, o a nivel de un sector.

La multifuncionalidad relacionada a una producción tradicional tiene efectos individuales y colectivos. Implica en realidad tres niveles de acciones: individual, colectivo y público. Para Belletti *et al.* (2002), la capacidad para producir bienes públicos y a internalizarlos remite a estos tres niveles interdependientes. La coordinación entre los actores debe permitir crear un círculo virtuoso entre producción tradicional (que los autores, y otros, suponen “más multifuncional” que la agricultura convencional), multifuncionalidad y desarrollo rural sustentable (por la remuneración de los bienes públicos producidos, que son así internalizados, y permite mantener sistemas productivos tradicionales; y por la reproducción o incluso creación de recursos territoriales, que a su vez refuerzan la especificidad del producto tradicional y/o permiten desarrollar otras actividades). Fue de esa manera que Belletti *et al.* (2002) explicaron porqué la valorización de productos tradicionales, en particular a través de sellos IG, había sido reconocida en Europa como un componente de la política de desarrollo rural. Sin embargo, esa visión ideal debe ser matizada por los obstáculos que pueden oponerse al carácter virtuoso del círculo: descoordinación y asimetrías entre los actores y entre los diferentes niveles, comportamiento oportunista, instrumentalización del carácter tradicional de un producto, riesgo de monocultivo vinculado con el desempeño de una IG, dificultad para evaluar e incentivar la multifuncionalidad (multiplicidad de los escalas de producción de bienes públicos y de intervención, relaciones de causalidad complejas,...).

Para Sylvander *et al.* (2007), son los efectos del sistema de IG, sus externalidades positivas y sus impactos en términos de desarrollo sustentable que constituyen un bien público. Los efectos externos o externalidades son vinculados a elecciones y arbitrajes colectivos sociales (por ejemplo, construir una IG con la intención que genere desarrollo sustentable; identificar tal impacto más que otro como indicador de efecto positivo, y definir los criterios de su “publicidad”) que los identifica y busca incentivar su producción (simultánea a la producción de bienes privados), que el mercado no coordina. Caron *et al.* (2008a) hicieron la hipótesis que el carácter multifuncional depende de los cambios tecnológicos y de los arreglos institucionales (es decir dispositivos técnicos e institucionales). Retomando esta idea, se puede decir que el carácter multifuncional de un Sial dedicado a la producción de un alimento tradicional con IG dependerá en particular de los dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos vigentes: tipo de sello, contenido del pliego de condición, prácticas y estrategias de los actores, relaciones entre actores (competencia, coordinación y acción colectiva), representaciones,...

Por ejemplo, el pliego de condiciones del queso Comté en Francia, que impone que este queso sea elaborado a menos de 25 km. de donde fue producida la leche, favorece el mantenimiento de queserías en todo en el territorio, de manera bastante homogénea (MAAPAR, 2004). El producto es bien diferenciado, y beneficia una renta de calidad territorial que eleva el precio, y para todos los

actores de la cadena. La coordinación es fuerte, gracias a organizaciones comunes, contratos específicos (con remuneración de la calidad de la leche) y la confianza y proximidad que los reúnen (Torre y Chia, 2001). De tal manera, la DO Comté impacta positivamente sobre los paisajes, el empleo, la organización del trabajo, entre otros aspectos.

En un caso intermediario de un queso con denominación de origen con un pliego de condición que no impone un límite de recolección y a la vez autoriza el uso de forrajes fermentados (silo de maíz en particular) (como el del queso Cantal también en Francia), se favorece la concentración de la producción de leche en las planicies de la zona de denominación de origen, y la concentración de la transformación quesera en algunas unidades. Las queserías son por lo tanto más grandes, y tienden a adoptar una lógica más industrial, con diversas consecuencias: adopción de tecnologías y equipos externos, automatización, reducción de la mano de obra y de su calificación, estandarización de la calidad y pérdida de tipicidad. La renta de calidad y el precio son bajos, cercanos a los precios de los quesos genéricos. También existe un impacto en términos de gobernanza: si el primer caso se caracteriza por una gobernanza territorial fuerte, el queso Cantal es asociado a un modo de gobernanza dominante de tipo sectorial (Allaire y Sylvander, 1997).

En fin, el tercer ejemplo es el caso de un queso estándar, desvinculado de su territorio de origen, como el Emmental francés. La producción ha sido deslocalizada por cuestiones de precio de la leche de una región a la otra¹⁷⁴. La mayor parte del valor agregado se queda en manos de algunos grupos industriales y supermercados, el beneficio (económico u otro) para el territorio siendo más limitado. La zona de producción de ese queso se caracteriza por explotaciones agrícolas cada vez más grandes, la disminución de las fuentes de empleo, problemas de contaminación (por la intensificación de los sistemas ganaderos), y la pérdida de cultura y de productos locales.

Entonces, la cuestión de los impactos de una IG implica considerar de un lado la pluralidad de los factores que intervienen así como la pluralidad de las consecuencias. Se plantea el problema de la separación de las funciones, entre producción de bienes privados y públicos (Allaire y Dupeuble, 2003). En efecto, existe una interdependencia técnica y económica entre la producción y el consumo de un conjunto de bienes privados y públicos, vinculados por relaciones de provisión, externalidades, proximidades. Estas interdependencias son variables, según las relaciones entre actores y con las instituciones locales (reglas, leyes, normas, competencias profesionales, derechos de propiedad,

¹⁷⁴ En este caso, la producción se desplazó de su cuna de origen, en el este (Jura y norte de los Alpes principalmente), hacia el Oeste, donde los precios de la leche son más bajos (MAAPAR, 2004; Delfosse, 2007). El queso Emmental se estandarizó y su precio es de los más bajos dentro de su categoría. Al contrario, el queso Comté, originario de la misma zona pero que ha beneficiado de una denominación de origen, tiene ahora un precio mucho más elevado.

convenciones). Por lo tanto se plantea también el problema del modo y nivel de gobernanza y adecuado para manejar la multifuncionalidad, entre local/regional/nacional y privado/colectivo (profesional)/publico.

El concepto de Sial propone una visión sistémica de los impactos de una IG en su ámbito natural y social. Al analizar las interrelaciones recursivas entre territorio y cadena productiva (con sus actores respectivos) enfatiza la dualidad en el sistema de los recursos territoriales, a la vez productos de la multifuncionalidad de las actividades y factores de producción disponibles para estas actividades. Es en esa doble dimensión que impactan en el nivel de desarrollo y su carácter sustentable. En este sentido, integra diversas maneras de evaluar los impactos e interdependencias entre multifuncionalidad de una cadena productiva y desarrollo territorial. Por otra parte, requiere adoptar una postura multidisciplinaria, implicando las ciencias sociales y también aportes de las ciencias biotécnicas. Sin embargo, para pensar de manera sistémica las implicaciones e impactos de una IG en un Sial, es necesario producir primero una serie de observaciones y datos, el cual proceso nos conduce en un primer tiempo por lo menos a descomponer los impactos de una IG.

En fin, se puede constatar que dentro de las metodologías desarrolladas en los diferentes trabajos para evaluar los impactos de la valorización de productos locales, destacan la elaboración de escenarios (según el nivel de venta, las evoluciones de las reglamentaciones, etc.), los enfoques comparativos, la elaboración de indicadores (impactos ambientales, sociales; cuantitativos y cualitativos). La mayor parte de los estudios recaen en una doble pregunta: ¿cómo el territorio impacta sobre el producto? (la cuestión de la prueba del vínculo al lugar), y ¿cómo el producto impacta sobre el territorio? (evaluación de los impactos ambientales, económicos, sociales). Para explorar la segunda parte de la pregunta, hay una hipótesis que valdría la pena explorar: el impacto de las IG se mide no solamente por el resultado formal (reconocimiento de la IG por el gobierno, expansión en el mercado, etc.), sino más bien por el proceso de su construcción, por los cambios, los encuentros, las relaciones que desencadena. La IG funciona entonces como una interfaz.

3.8 Conclusiones del capítulo 3

La cuestión de los quesos tradicionales ha sido abordada de diferentes maneras. Froc (2006) los abordó a partir de la diversidad de lugares de producción, especies y razas lecheras, formas de quesos¹⁷⁵, tipos de pasta, enzimas coagulantes, composición de la leche, pero sobre todo a través de ciertas etapas claves del proceso tecnológico (trabajo de la cuajada, desuerado, etc.), en relación con las condiciones del medioambiente natural y social. Consideró los quesos tradicionales como un patrimonio vivo, testigos de las condiciones del medioambiente y de los grupos humanos en los cuales se insertan. Delfosse (2007), a partir de un enfoque espacial e histórico de la producción de queso en Francia, mostró la interacción entre elementos geográficos, económicos y sociales en la evolución del sector quesero. Analizó en paralelo los movimientos de uniformización que se daban en ciertas regiones, mientras que en otras cuencas queseras las lógicas de diferenciación y especialización dominaban, en particular vía el sistema de denominaciones de origen.

Queda todavía mucho por hacer, a partir de esa base, para comprender las dinámicas de los quesos en México, en particular de los quesos tradicionales. Sin embargo, se está constatando diferentes movimientos, entre los productores, investigadores y políticos, acerca de tema. Incluso el gobierno está empezando a considerar esa problemática, que durante años ha ignorado casi totalmente. La idea central de este trabajo es enfocarse a la calidad específica de los quesos tradicionales a partir de un enfoque de investigación original, tratando de aportar nuevos conocimientos empíricos pero también reflexiones teóricas y metodológicas.

A raíz de la problemática de los quesos tradicionales, se debe regresar a un punto fundamental: ¿qué es un queso? y ¿cómo estudiarlo? Según las Normas Oficiales Mexicanas (SSA, 1994; reemplazada por SSA, 2010), un queso es un *producto elaborado con la cuajada de leche estandarizada y pasteurizada*. Tal definición, que considera únicamente el aspecto sanitario (no es sorprendente, puesto que la estableció la Secretaría de Salud), es completamente integrada a la visión industrial y mercantil dominante: el buen funcionamiento del mercado requiere productos homogéneos (*commodity*) para optimizar la asignación de los recursos y la eficiencia. El problema es que esta definición constituye la referencia oficial básica y única sobre lo que es un queso en México. Su implicación no es solamente sanitaria, sino que afecta los dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos sobre la producción quesera en México.

¹⁷⁵ Investigando en particular la relación entre el cociente superficie/masa de los quesos y su origen, elaboró una tipología a partir de la constatación de que los quesos que vienen de las zonas más altas (más montañosas) tienen el cociente más bajo. También analizó las implicaciones de las relaciones sociales sobre la forma, el tamaño y el aspecto de los quesos.

Pero en realidad, los quesos tienen más sentidos, más significados; conjuguen las propiedades de bienes mercantiles y bienes identitarios, tal como los definen Barthelemy y Nieddu (2003). Boucher (2006) mostró que la leche utilizada en una producción quesera podía ser considerada como un recurso territorial específico, alrededor del cual se movilizan los actores de un territorio para su activación. El queso no es sólo una cuajada de leche, pero que puede incorporar otros elementos, vinculados a diferentes recursos territoriales, que hacen del queso un patrimonio colectivo vivo, un bien complejo, un sistema conformado por varios elementos, entre ellos:

- la calidad de la leche (y de la micro flora láctica), vinculada con recursos naturales, saberes y prácticas ganaderos, y un sistema de acción (con sus relaciones y regulaciones). Las prácticas ganaderas se relacionan con una serie de otros elementos: paisajes, cultura, organización social, asentamientos humanos (repartición de la población en el territorio nacional,...);
- los saber-hacer quesero tradicional, reproducidos y transmitidos dentro de una comunidad localizada (un grupo territorial). Estos saber-hacer influye en las propiedades organolépticas específicas, y también sanitarias (a través por ejemplo de las modalidades particulares de domesticación de los ecosistemas microbianos);
- una reputación, que reconoce a una comunidad reconocida como productora de un queso particular, con tal calidad (sensorial, identitaria, etc.), que marca la territorialización del queso tradicional. Pero puede existir también una “reputación negativa”, vinculada con la eventual mala imagen de los productos tradicionales.
- los saberes relacionales que permiten el (buen) funcionamiento de la cadena productiva; por ejemplo la organización del trabajo, a menudo en una base familiar, y las diferentes formas de coordinación dentro de la cadena productiva.

La caracterización de un producto a través del análisis de los recursos territoriales movilizados e incorporados lleva de un análisis a un nivel microeconómico, individual, hacia un nivel mesoeconómico, territorial. La construcción, el manejo, la apropiación y la valorización (o sea la activación) de esos recursos remiten de hecho a procesos colectivos. A menudo, este colectivo queda informal, implícito, hasta que un proyecto emerge para activar la calidad territorial del producto. La dimensión compleja de los quesos tradicionales (por su naturaleza a la vez material, mercantil y patrimonial) requiere un análisis fino, para entender las múltiples implicaciones de un proceso de calificación territorial. Los dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos están al centro de nuestro análisis. Se tratará en particular de analizar la confrontación y eventual hibridación entre los dispositivos nacionales (por ejemplo con las normas oficiales) y los dispositivos a nivel local, y las modificaciones que engendra la construcción y el manejo de una indicación geográfica. La

construcción de una IG permite por otra parte revelar y activar la dimensión patrimonial de los quesos tradicionales, e implica su confrontación (directa) con el modelo productivo dominante en el sector quesero, que de alguna manera pone en tela de juicio, con sus representaciones, formas de innovación, tecnologías, normas, relaciones en la cadena.

Adoptar para el análisis un enfoque territorial permite revelar las articulaciones entre lo económico, lo social y lo político, vía la construcción, apropiación y activación de los recursos territoriales. En el proceso de calificación, se definen la calidad del producto, las modalidades de control de esa calidad y de repartición del valor agregado que sostiene cierta visión de la calidad territorial y cierto estatus para el producto tradicional. Este proceso tiene, además de su dimensión económica, un componente político y social importante. Esas dimensiones políticas y sociales pueden ser estudiadas a través del análisis de los dispositivos institucionales y cognitivos, que aluden a las reglas, normas, hábitos, pautas, representaciones, etcétera, que constituyen los modelos normativos y cognitivos que guían decisiones y acciones. Decisiones y acciones expresadas en los dispositivos técnicos elegidos por los actores y la organización de la producción y de la comercialización.

La dimensión social y política de la competitividad diferenciada, a través de la calificación de un producto y de un sistema productivo, vincula el desempeño económico de cada unidad productiva, y de un Sial en su conjunto, con dispositivos cognitivos e institucionales, colectivos por esencia, y de los cuales dependen también las elecciones, que *a priori* pensaríamos más individuales, en el ámbito técnico. Pero estos dispositivos definen también el colectivo en el sentido que determinan las modalidades de apropiación y uso de los recursos territoriales. Dicho de otra manera, son elementos fundamentales de la gobernanza y de la coordinación entre las acciones individuales, colectivas y públicas. Analizar esas modalidades de apropiación y uso conduce entonces a plantear varias interrogaciones sobre la dinámica colectiva en un Sial:

- ¿Cómo se construyen las decisiones colectivas sobre los recursos territoriales y por lo tanto en los procesos de calificación?: ¿En un ámbito sectorial y/o territorial? ¿por organizaciones formales o informales? ¿Por elecciones explícitas o por consenso? ¿A través de reglas técnicas?
- ¿Cuáles son los conflictos que emergen de estas construcciones colectivas, y como se manejan/regulan?
- ¿Cuáles son los impactos de los procesos de calificación en el Sial, desde el punto de vista económico, ecológico, social, cultural y político?
- ¿Permiten los procesos de calificación, a través del fomento de la acción colectiva, la definición colectiva de la calidad, la construcción de mecanismos de control, de reforzar

la gobernanza territorial y la autonomía de los actores territoriales en la construcción de la elección colectiva (desplazando la gobernanza de los actores dominantes de las cadenas de valor hacia los actores del territorio)?

Desde esta perspectiva, nos proponemos analizar los quesos tradicionales como el resultado de la construcción y apropiación de una serie de recursos por un grupo de actores, en un territorio dado, la cuenca quesera, abordado desde el enfoque Sial. La calidad de un queso no remite solamente en su calidad industrial, estándar, pero también se refiere también a otros atributos, organolépticos, culturales o éticos, en parte vinculados a su anclaje territorial. Además, la calidad es una construcción social, que enfoca ciertos atributos, los jerarquiza, y los hace visibles a lo largo de la cadena. A raíz de la incorporación de esos recursos, el queso se puede considerar como un bien complejo y patrimonial. La apropiación colectiva de los recursos es inseparable de la exclusión, ya que se construye la identidad distinguiendo lo que pertenece al grupo y lo que no le pertenece.

Para analizar la dinámica impulsada por un proceso de calificación, se requiere así un amplio abanico de competencias, entre ciencias sociales y biotécnicas, y competencias para manejar proyectos de desarrollo participativos. Se necesita un conocimiento fino de los retos internos pero también externos, más globales, y la integración de la dimensión tanto temporal como espacial.

CAPÍTULO 4 METODOLOGÍA

4.1 Para un estudio sistémico de los quesos tradicionales

Las cuencas lecheras y queseras en las cuales se producen los quesos tradicionales pueden ser abordadas como Sistema Agroalimentario Localizado. Este enfoque ha sido utilizado por ejemplo para el estudio de cuencas lecheras en México (Poméon *et al.*, 2007). Se plantea también como un enfoque apropiado para analizar las dinámicas en áreas especializadas en la producción de alimentos tradicionales, dado la relación estrecha entre cadena productiva y territorio que este tipo de producciones implica. Esta relación estrecha debe ser analizada a partir de una perspectiva sistémica, como la de Sistemas Agroalimentarios Localizados (considerados como un tipo particular de sistema productivo local), destacando la importancia de un conjunto de recursos territoriales materiales e inmateriales (clima, suelo, forrajes, equipos, saberes ganaderos y queseros, organización del trabajo y de la cadena,...). Así, si al final los casos estudiados aquí tal vez no corresponden plenamente al modelo canónico del Sial activado, tal que ha sido definido por varios autores (véase en el marco teórico), el enfoque Sial aporta un modelo analítico heurístico apropiado para este trabajo, aun si los tres casos estudiados remiten más a áreas especializadas que a Siales caracterizados por acciones colectivas significativas. En fin consideraremos que un proceso de calificación territorial, que busca instituir, reconocer y valorizar la calidad territorial de un queso a través la obtención y el manejo de un sello de calidad tipo IG, puede constituir la finalidad común que da coherencia a los sistemas productivos analizados y que, *a priori*, los activa y los refuerza.

A partir de ese enfoque territorial, será posible plantear el análisis de la relación recursiva entre el territorio y una cadena productiva, basada en el “anclarse” y el “ser anclado”. Por otra parte, como enfoque sistémico, constituye una herramienta analítica para revelar las interdependencias entre esos dos subsistemas (y entre actores; entre actores y objetos; entre recursos; entre acción individual y acción colectiva; entre dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos), y las propiedades emergentes resultantes. El enfoque Sial permite contextualizar estos elementos e insertarlos dentro de un espacio físico y social, en una perspectiva holindividualista. La calidad y el carácter patrimonial de un queso tradicional se definen al cruce de estas interdependencias, en las cuales se inscribe también la construcción y el manejo de un sello de calidad territorial de tipo indicación geográfica. En fin, delimitar espacial y socialmente las cadenas productivas de quesos tradicionales permite comprender las interacciones entre el nivel local y los niveles nacionales y globales.

La metodología Sial ha sido utilizada en trabajos anteriores para diagnosticar una situación, la estructura y el funcionamiento de un sistema productivo localizado, y/o analizar *ex ante* o *ex post* los cambios y la evolución de su trayectoria de desarrollo, a raíz de factores internos y/o externos. Este

esquema se puede aplicar en particular para un estudiar un proceso de calificación territorial. Se precisa a continuación los elementos que enfocaremos en nuestro análisis de los sistemas queseros tradicionales mexicanos.

4.2 ¿Cuáles elementos se quieren analizar?

El análisis de los Sial queseros se basará principalmente en dos tiempos:

1. Caracterizar la dinámica económica, social y técnica del Sial (diagnóstico Sial); la presentación detallada del sistema productivo se hará en las tres monografías, disponibles en los anexos, mientras que en el texto principal se destacará sobre todo elementos sobre el territorio, su historia y el anclaje territorial del producto y del sistema productivo;
2. Enfocar los procesos de calificación territorial, alrededor de un estudio detallado de la construcción de una indicación geográfica, y sus impactos en el Sial. Es el elemento central de la tesis, que será por lo tanto presentada en los resultados, en el cuerpo del texto.

4.2.1 Grandes líneas y límites del diagnóstico Sial

Un diagnóstico Sial implica la identificación y caracterización del territorio y de la cadena productiva (Cuadro 2).

Cuadro 2: Esquema de análisis de un Sial

1. *Diagnóstico de las cuencas queseras*
 - *Identificación (características y dinámica):*
 - a. *Procesos históricos de aparición y desarrollo*
 - b. *Delimitación del territorio(s)*
 - c. *Identificación de la arquitectura institucional*
 - *Análisis de los recursos genéricos y específicos, y de las articulaciones territorio- actores- productos- saber-hacer:*
 - a. *Caracterización y descripción de los recursos locales, actores y productos*
 - b. *Construcción y combinación de conocimientos (saber-hacer, aprendizaje, etcétera).*
2. *Estudio de la activación colectiva de los recursos de las cuencas y las interacciones entre dinámicas sectoriales y territoriales (organizaciones de productores, comercialización y mercados, formas de cooperación y coordinación):*
 - *Estrategias individuales de los productores, procesadores y actores de comercialización*
 - *Tipos de cooperación horizontal*
 - *Dinámica de la coordinación vertical entre los diversos grupos de actores y con las diferentes instituciones.*
 - *Asimetrías de información y poder*
 - *Acciones colectivas, capital social y redes*
 - *Nivel de activación del SIAL.*

Además de un estudio de cadena productiva “clásico” (caracterización de los diferentes eslabones y de los flujos materiales y monetarios), se analiza el contexto espacial e histórico, y los diferentes recursos específicos territoriales: saber-hacer, factores bioclimáticos, reputación, organizaciones, instituciones,.... Se ponen en particular de relieve los dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos que enmarcan y caracterizan las acciones individuales, colectivas y públicas. Se insiste también sobre las estrategias de los diferentes actores del Sial. En fin se analiza las dinámicas colectivas del Sial (ventajas pasivas y acciones colectivas) y se caracterizan de esta manera las relaciones de competencia/cooperación, la eficiencia colectiva y la trayectoria de desarrollo.

Un enfoque sistémico y territorial no implica un análisis integral de todos los elementos del sistema: más que describir los elementos, la reflexión debe concentrarse en las interacciones e interdependencias entre ellos (Lugan, 2005). Además, la elaboración de un modelo de análisis sistémico es contingente al objeto analizado y al problema planteado: la delimitación del Sial (en su dimensión espacial y de cadena productiva) depende de la problematización de la investigación y de sus objetivos, de los cambios que quiere identificar y analizar el investigador. La noción de “territorio” es suficientemente indefinida para guardar toda la flexibilidad del enfoque Sial; puede ser una división administrativa, una región natural (definida por el clima, el relieve, los suelos, etc.), u otro, incluso puede ser un territorio múltiple (cf. el concepto de multiterritorialidad). Para delimitar un Sial, se debe analizar la territorialidad de los diferentes recursos que lo conforman, en función de lo que se quiere enfocar. Por su parte, la cadena productiva puede definirse a partir de una materia prima (cadena leche) o de un producto final (cadena queso mantecoso por ejemplo); y entonces el territorio enfocado puede ser el territorio de producción (de la leche y del queso), de consumo (del queso), o ambos. En este trabajo, nos enfocaremos en la territorialidad de la producción de los quesos tradicionales, y por lo tanto nos centraremos en el análisis de la producción de leche, la transformación del queso y la primera comercialización. Sin embargo, como es difícil en algunos casos distinguir empírica y analíticamente la cadena productiva del queso tradicional de la cadena quesera local en general (que implica la producción de quesos tradicionales y otros quesos genéricos), enfocaremos la cadena quesera en su conjunto. Se detalla los principales elementos que queremos destacar en el análisis de cada Sial en la Tabla 8, que nos sirvió de guion general para conducir las entrevistas y las encuestas.

El enfoque principal de trabajo se centra en la cuestión de la producción y de la oferta de queso. La problemática del consumo y de sus métodos de análisis son campos muy particulares, por lo cual los descartaremos. Nuestra idea no es hacer un estudio de mercado, ni un análisis de las dinámicas de consumo de los quesos tradicionales, aunque reconocemos que sería un trabajo necesario, en

complemento del enfoque que se da sobre el sistema productivo en el trabajo presente. Sin embargo, de la misma manera que los procesos de calificación de los quesos tradicionales en México están en una etapa inicial, este trabajo es también un primer paso, con un interés a la vez científico, de investigación, y una intención empírica de retroalimentación analítica de esos procesos.

Territorio	Identificación del territorio y de los actores. Descripción general
	Inserción de la producción quesera en el territorio
Sistemas Productivos y Técnicos	Reproducción y Elección razas/cruces
	Manejo alimentación
	Ordeña
	Innovaciones y difusión
	Barreras de entrada en la actividad ganadera
	Elaboración de quesos (saber-hacer)
	Equipos
	Insumos
	Innovaciones y difusión
	Barreras de entrada en la actividad lechera y quesera
	Canales de comercialización
Mercado y consumo	Técnicas de mercado (presentación, marcas, etc.)
	Convenciones de calidad
	Padrones de consumo – saber-apreciar
	Barreras de entrada en el mercado
	Cooperación/coordinación informales. Proximidades. Competencia
Acción colectiva	Asociaciones formales (acción colectiva estructural) (horizontal, vertical, transversal)
	Gobernanza; Liderazgo; Conflictos
	Reglas de acceso a los recursos principales (leche/saber hacer y mercado)
	Reglas y convenciones en la cadena
	Papel del Estado
	“Generadores” de conocimientos y representaciones
Aspectos cognitivos	Representaciones sobre la calidad
	Representaciones llevadas por las instancias públicas
	Visiones y objetivos de desarrollo, especialmente en relación con la calificación territorial del producto

Tabla 8: Principales elementos de caracterización los Sial queseros

Por interés analítico y límites metodológicos y prácticos, enfocamos los principales actores de un Sial quesero, es decir los productores de queso, con quienes se hicieron la mayor parte de las entrevistas y encuestas. Complementamos con entrevistas abiertas con actores de los eslabones anteriores (productores de leche) y posteriores (comerciantes), y la revisión de fuentes bibliográficas. Además, por su posición central, los queseros disponen de una visión global (aun que obviamente sesgada) sobre el conjunto de la cadena productiva. En fin, si los productores de leche han sido ampliamente estudiados en la literatura, los productores de queso son mucho más desconocidos, y este trabajo constituirá también un aporte significativo en ese sentido. De hecho, dado la escasez de información disponible, se tuvo que realizar un amplio trabajo de campo para tener un conocimiento fino de los Sial queseros, lo cual constituye también un aporte destacable de este trabajo.

4.2.2 Análisis del proceso de calificación territorial y de sus resultados e impactos

Una vez caracterizado el Sial, nos enfocaremos en el proceso de calificación territorial, alrededor de la construcción y del manejo de una IG (ya sea denominación de origen y/o marca colectiva). Ese análisis se conducirá en tres tiempos: la construcción de la IG, los resultados de su conformación y sus impactos.

No trataremos la cuestión de la implicación de los consumidores en este proceso. De un lado, no son directamente implicados en la construcción de la IG (aunque su punto de vista es a menudo invocado e instrumentalizado por los actores implicados en este proceso). Por otra parte, las IG de quesos tradicionales analizadas (que son de hecho las primeras en México) no han sido utilizadas en el mercado, o muy poco, por lo cual es difícil evaluar su inserción en el mercado. Nuestro análisis se enfoca entonces sobre todo en la construcción de una IG, visto como conjunto de innovaciones y acciones individuales y colectivas que replantea la estructura y la dinámica del Sial, y las modalidades de apropiación del queso tradicional por los diferentes actores.

Construcción de una IG

A raíz de la reflexión conducida en el marco teórico, el análisis de la construcción de una IG se basará en los elementos siguientes:

1. Caracterización de la situación inicial, del *statu quo* en torno al queso tradicional y al sistema productivo;
2. inicio del proceso (iniciativa e iniciador, motivación inicial)
3. Análisis de los diferentes ACTPRES (locales o extra-locales; productivos o no) implicados en la “arena” de construcción de la IG, con sus objetivos, funciones, representaciones, registros de justificación, recursos individuales disponibles y movilizados (saberes y conocimientos, competencias, capital social, redes sociales, dinero, tiempo,...); y las reglas de elección colectiva que enmarcan su interacción (entre inclusión y exclusión). Identificar los mediadores o acompañadores, sus objetivos y su papel.

Resultados: conformación de una IG

Se trata de analizar el resultado definitivo o parcial en el cual desembocó la construcción de la IG:

1. Dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos creados o modificados: organizaciones, tipo de sello IG, pliego de condiciones, reglas e instancias de control, representaciones,

innovaciones técnicas. Relación entre dispositivos locales y nacionales o globales, en cuanto al sector productivo (queso) y la regulación de las IG.

2. Análisis de la naturaleza del consenso resultando de la construcción de la IG, y de los factores explicativos (conflictos y confrontaciones; complementariedad y cooperación), y de su estabilidad. Coherencia entre los discursos y las prácticas, entre competencia y cooperación.
3. Apropiación de la IG por los diferentes operadores de la cadena (y “empowerment”), y adecuación de las reglas con sus actividades (limitaciones técnicas y financieras); eficacia del soporte institucional (regulación, capacitación, consejo, etc.).
4. Integración de funciones anteriormente individuales en un colectivo representando la IG (promoción, manejo de la calidad, control, aprovisionamiento, etc.)
5. Costos de la construcción de la IG y su distribución entre los actores.

En cuanto a los impactos, la falta de perspectiva limitará su aprehensión, impidiendo proponer realmente su análisis. En efecto, los procesos de calificación territorial analizados son demasiados recientes en México (o incluso en transcurso). Algunos impactos preliminares podrán ser esbozados, tomando en cuenta esa limitación, y tal vez más desde un punto de vista sobre todo prospectivo:

1. Incremento de los precios (renta de calidad territorial), redistribución del valor agregado, consolidación y creación de canales de comercialización y nichos de mercado.
2. Impactos sobre los recursos naturales y sostenibilidad.
3. Reconfiguración de las formas de coordinación, modos de gobernanza, y relaciones de poder en el Sial, y entre el Sial y su entorno, en base a los cambios en los dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos. Posibilidad de constituir un modelo alternativo para el sector quesero mexicano, y de formalizarlo (saliendo la AIQI del sector informal).

4.3 Un análisis comparativo: fundamentos y selección de los casos

El enfoque comparativo ha sido a menudo movilizado en el marco de trabajos de la economía institucional y de sociología pragmática (North, 1990; Ostrom, 1990; Boltanski y Thévenot, 1991; Bolstanski y Chiapello, 1999; Boyer y Saillard, 2002; Ménard y Valceschini, 2005; y otros). Permite abordar procesos secuenciales e incrementales de cambio (técnico, institucional, cognitivo,...), para los cuales no es posible elaborar un modelo general. Por ejemplo, la producción, manejo y uso de un bien común depende de sus características propias, del tipo de mercado, de la tecnología, de las incertidumbres, de las estrategias individuales, de las formas de liderazgo, etcétera. La comparación ha sido movilizada en particular en el estudio de dinámicas agroalimentarias locales, en diversos

programas de investigación sobre el “local food” (Fonte, 2008) y sobre las IG y sus impactos (véase por ejemplo los programas de investigación Dolphins, SINERGI, Biodivalloc, y PRODDIG).

La movilización de un enfoque comparativo se justifica por varias razones en este trabajo de tesis. Primero, no se puede hacer un modelo general sobre las dinámicas territoriales y patrimoniales de los quesos mexicanos, por el carácter idiosincrásico de cada Sial. Además, a pesar de un entorno similar (mismas leyes, mismo contexto del sector lechero nacional), las interacciones entre local y global son también propias a cada caso. La situación diverge según las especificidades del territorio, de la cadena productiva, de los actores implicados y de los dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos. Así, queremos evitar encerrarnos en casos “ideales” o demasiados específicos, y al mismo tiempo poder sacar conclusiones más generales, entre reflexiones teóricas y observaciones empíricas.

La comparación permitirá identificar las diferencias y similitudes entre casos, con factores explicativos y consecuencias. Además, este trabajo pretende alimentar un debate sobre los dispositivos técnicos, institucionales y cognitivos que enmarcan la acción colectiva alrededor de la construcción, apropiación y manejo de recursos territoriales. Por lo tanto, como lo explicó Ménard (2003) para los trabajos basados en un enfoque institucionalista, se trata de “delimitar el terreno” con diferentes puntos de comparación, que alimenten un debate teórico y empírico. La comparación nos aleja del riesgo de limitarse a una monografía, y de generalizar lo que es específico de un caso. Así trataremos de no caer en la trampa metodológica de hacer inducciones infundadas, sin reflexión sobre la particularidad de cada caso. A continuación presentaremos y discutiremos la selección de los casos que serán analizados. En México, el primer queso tradicional para el cual se inició un proceso de calificación territorial (buscando la obtención de un sello tipo IG) ha sido el queso Cotija, a final de los años 90. Siguiendo ese ejemplo, otras iniciativas aparecieron: en Chiapas, con el queso Crema y el queso Bola de Ocosingo; en Tabasco, con el queso de Poro. Por cuestiones de tiempo, elegimos estudiar a fondo 3 casos, seleccionados en función de sus similitudes y diferencias. A nivel de las similitudes, los 3 casos se ubican en zonas tropicales o semi-tropicales, donde domina la ganadería de doble-propósito extensiva, basadas en el pastoreo y las cruces entre ganado cebú y razas europeas. La producción del queso está inscrita en la historia local, por lo cual hay una asociación directa entre el producto y la zona de producción, a menudo formalizada en la denominación usual del producto. Algunas de las diferencias que muestran la pertinencia de movilizar un enfoque comparativo, se presentan en la Tabla 9.

<u>Tipo de queso - Territorio</u>	<u>Queso Cotija- Sierra de Jalmich</u>	<u>Queso Crema de Chiapas- Costa de Chiapas</u>	<u>Queso Bola de Ocosingo- Ciudad de Ocosingo y sus afueras</u>
Situación geográfica y social del territorio (aislamiento, infraestructuras públicas, clima, población, etc.)	Muy marginalizado – 2400 km ² , 12 000 habitantes en 400 localidades (5 habitantes/km ²); entre 800 y 1800 msnm Clima semi-cálido seco; lluvias de junio/julio a noviembre 900-1200 mm/año	Poco marginalizado - 5728 km ² ; 202 000 habitantes en 2365 localidades (35 habitantes/km ²); entre 0 y 400 msnm Clima cálido, sub-húmedo; lluvias de mayo a noviembre 1450-1700 mm/año	Marginalizado – unos 500 km ² , 42 000 habitantes; 900 msnm Clima semi-cálido húmedo; lluvias de mayo a octubre-diciembre, 1800mm/año
Tipo de queso	Madurado 3 meses min., de unos 20 Kg.	Oreado algunos días, de un 1Kg.	Madurado 3 semanas, de unos 0.7 Kg.
Importancia relativa en la producción quesera local	Principal (alrededor de 95% del volumen total)	Secundario (11% del volumen total)	Secundario (9% del volumen total)
Integración de la cadena y comercialización	Producción de queso exclusiva en ranchos. Venta al mayoreo y menudeo.	Separación de las unidades lecheras y queseras. Venta al mayoreo dominante.	Separación de las unidades lecheras y queseras. Algunos queseros-ganaderos. Venta directa (de menudeo) dominante.
Etapas en el proceso de calificación	Iniciado desde 1999. MC “Queso Cotija región de origen” obtenida en febrero de 2005. Solicitud para DO vigente.	Iniciado en 2008. MC “Queso Chiapas” en construcción, que concierne todo el estado de Chiapas.	Iniciado en 2004, MC “Queso Bola de Ocosingo Chiapas” obtenida en octubre de 2005.

Tabla 9: Algunos elementos sobre la diferencia entre los tres Sial queseros seleccionados



Mapa 1: ubicación de los tres casos de estudio

Hubiéramos podido elegir de estudiar el caso del queso Crema a nivel de todo el estado de Chiapas, puesto que se produce a nivel estatal, y que el proceso de calificación abarca todo el estado. Sin embargo, puesto que la producción implica zonas muy diferentes del estado, cada uno formando un Sial propio, elegimos ese Sial por ser el productor más importante de queso (en particular de queso Crema) a nivel estatal, más dinámico, y el más reconocido en el mercado como lugar de origen del queso Crema de Chiapas. Además, hubiera sido materialmente difícil llevar un estudio completo de cada zona quesera implicada en el proyecto. Aprovechamos entonces también el estudio llevado sobre el queso Bola de Ocosingo para abordar la problemática de la calificación del queso Crema en este otro territorio, implicado en el mismo proyecto de marca colectiva. Por otra parte, se realizaron entrevistas abiertas y observaciones participantes durante las reuniones estatales, donde se encontraban los queseros de las diferentes regiones del estado¹⁷⁶. En fin, el proyecto de MC prevé la división de la marca colectiva estatal entre diferentes submarcas regionales, entre ellas la zona costa, lo que está en adecuación con esa postura metodológica de delimitar la Costa como uno de los territorios queseros del queso Crema de Chiapas.

Por ser procesos de calificación en transcurso, puesto que no hay casos anteriores, es obvio que se enfrentan fuertes limitaciones para estudiar los resultados e impactos. Sin embargo, podremos vislumbrar los primeros cambios, especialmente en torno a las relaciones entre los actores, y a la dinámica colectiva del Sial (que se inscribe en particular en los dispositivos institucionales, técnicos y cognitivos). En el caso más reciente de la Costa de Chiapas, el análisis de los demás casos, que por lo menos concluyeron en el proceso de obtención de una marca colectiva, podrá servir de punto de referencia para analizar lo que ha pasado, y que a menudo no se ha concretizado en acciones. Evitaremos así un análisis demasiado superficial o “profético”, del proceso de construcción de una IG en transcurso. Si la falta de profundidad histórica limita el análisis de los impactos, el hecho de estudiar procesos en su transcurso permite analizar dinámicas en acción, revelando lo que a menudo el tiempo alisa y atenúa. Es particularmente instructivo en un país donde, excepto el caso del Tequila, las IG son al final una figura bastante nueva y experimental.

Otro defecto en relación con los casos seleccionados es el desequilibrio en el análisis y la presentación de cada caso. De un lado, cada sistema de producción de quesos tradicionales presenta una configuración peculiar, que nos condujo a no utilizar el mismo diseño metodológico (selección de los entrevistados, contenido de las encuestas y entrevistas) y la misma presentación para el estudio

¹⁷⁶ De hecho, no se observó diferencia significativa en la manera que tenían de abordar la MC. Las diferenciaciones en términos las estrategias y representaciones entre los queseros dependen más del tipo de productor (volumen procesado, tipos de queso, mercado, etc.) que de la región. Lo que si puede variar de una región a otra es el proceso de producción del queso crema, siendo posible distinguir diferentes sub-tipos (en función del prensado, del amasado, etc.).

de cada Sial. Por ejemplo, en el caso del queso Cotija, el hecho de que los queseros sean al mismo tiempo ganaderos, y que esas dos actividades sean íntimamente imbricadas, nos condujo a realizar un análisis más detallada del sistema ganadero que para los demás casos (para los cuales también era más difícil, por cuestiones de tiempo y de logística, realizar una investigación a profundidad de cada caso). En el caso de Ocosingo, siendo muy reducido el número de queseros, fue posible entrevistar a casi todos. Por otra parte, cada Sial se caracteriza por una estructura y una dinámica propia, lo que nos condujo a profundizar ciertos aspectos propios a cada caso. En fin, dado las diferencias en los procesos de calificación (duración, complejidad, avances), a veces se insiste más en el análisis sobre el caso del queso Cotija, más antiguo e involucrando a más actores diferentes.

Tal vez no podamos realmente hablar de un estudio comparativo, sino que se trata de deliberar sobre un tema a la luz de de elementos generales (ver en particular el marco de referencia) y específicos, que ilustran nuestra reflexión, la enriquecen, y permiten alcanzar un nivel más general en el análisis empírico, teórico y metodológico. En este sentido, la última parte de la tesis será dedicada a una discusión general, retomando los elementos del marco de referencia, del marco teórico y de los casos analizados para aportar respuestas a la problemática de la tesis y a las hipótesis planteadas. Se destacarán las constantes y diferencias entre cada caso, a nivel de de la construcción, resultados e impactos de los procesos de calificación. Nos interesa en particular comparar los diferentes recursos territoriales movilizados en la producción y la comercialización del queso (y de la leche), “incorporados” en los quesos tradicionales, y como en el proceso de calificación se plantean nuevas configuraciones en cuanto a los recursos incorporados (operando una selección) y a las modalidades de su (re)producción, manejo y uso (remitiendo a los dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos). En efecto en cada proceso de calificación, la combinación de recursos incorporados y destacados difiere (Tabla 10). Eso impacta en los atributos del producto, atributos tangibles (organolépticos, inocuidad, etc.) e intangibles (identidad, valor simbólicos), a partir de los cuales se definen los características y valores mercantiles y patrimoniales del producto, y en particular su renta de calidad territorial (al cruce entre esos dos valores).

Recursos territoriales específicos (incorporados al queso)	Factores naturales
	Tipo de Ganado- Manejo-alimentación (saber hacer ganadero) y Calidad de la leche
	Saber-hacer queseros y tecnología; Transmisión
	Organización de la cadena productiva - relaciones
	Reputación, fama y signos distintivos
	Conocimiento producido acerca de la producción de queso en la zona (estudios, reportes, etc.)

Tabla 10: Principales recursos potencialmente incorporados en un queso tradicional

La comparación de los procesos de calificación se hará también en los términos de un análisis de las acciones colectivas en torno a la construcción y manejo de la IG (reglas constitucionales, operacionales y de elección colectiva, participantes y excluidos, barreras de entrada y de salida, organizaciones, formas de coordinación y gobernanza, etc.), las representaciones (en particular sobre la calidad), saberes e ideas que la enmarcan (así como los actores que las llevan, y como se difunden, por aprendizaje), y los modelos técnicos y prácticas para la producción (en particular las innovaciones técnicas asociadas al proceso de calificación) y la comercialización (estrategias, innovaciones y técnicas de mercadeo). Se verá en particular en base a cuáles relaciones de poder, competencia y cooperación se establece el consenso que conduce a la patrimonialización del queso, destacando en particular el papel de actores extra-locales. En fin veremos cómo interactúan varios niveles de acción en los procesos de calificación, entre los dispositivos locales y nacionales, entre acciones individuales, colectivas y públicas.

A nivel empírico, la identificación de las diferentes instituciones y formas de coordinación (en particular informales), de los diferentes registros de justificación en las estrategias de los actores requiere un análisis fino y pragmático, basado en el análisis del discurso y de las acciones. Además, el diseño de los guiones de entrevistas y los cuestionarios se elaboraron para tratar que los actores expliciten, de diferentes formas, sus representaciones sobre elementos como la calidad, la tradición, etc.

4.4 Materiales y métodos

El trabajo de investigación se desarrolló en cinco fases principales:

1. Una parte de recolección y análisis de bibliografía para realizar el marco de referencia y del marco teórico, y preparación el trabajo de campo;
2. Una primera fase exploratoria del trabajo de campo (entre el segundo semestre de 2007 y el primero de 2008), para conocer la dinámica general en cada caso, delimitar el Sial, identificar los principales actores, entrevistar informantes claves de la cadena productiva, del territorio y de los procesos de calificación (en caso de ser procesos formales). Con esta primera fase se generaron diferentes comunicaciones y reportes.
3. El análisis de la primera fase condujo a replantear y precisar la situación y la problemática de cada Sial quesero. Se diseñaron encuestas cerradas para aplicarlas a los principales actores de los Sial, es decir los queseros, y para definir la población del muestreo.
4. La aplicación de encuestas se dio durante una segunda fase de trabajo de campo (entre el segundo semestre de 2008 y el primero de 2009).
5. El análisis cuantitativo y cualitativo de los datos obtenidos en las encuestas y entrevistas. También se realizó una última fase de trabajo de campo, con entrevistas abiertas a diferentes actores, al final del año 2009.

4.4.1 Entrevistas y encuestas realizadas

4.4.1.1 Entrevistas generales:

- Una entrevista con funcionarios del IMPI;
- Dos entrevistas con integrantes del COFOCALEC; participación en 7 reuniones del Comité de Normalización

4.4.1.2 Queso Cotija

No existen datos exactos sobre el número total de ranchos (incluyendo los que se dedican a la pura cría de ganado, y algunos pocos a la engorda) y de ranchos de ordeña hoy en actividad en la Sierra de Jalmich. Sin embargo, se estima que unos 200 ranchos siguen produciendo queso Cotija, de los cuales 82 estaban registrados en la única lista de productores disponibles sobre los miembros de la Asociación de Productores de Queso Cotija, titular de la marca colectiva. Se aplicó un cuestionario (disponible en la monografía 1) a 28 productores de queso Cotija (es decir el 14% de los productores de queso Cotija) en sus ranchos, en diferentes partes de la Sierra de Jalmich.

Dado que el interés central de este trabajo es el proceso de calificación y la acción colectiva, y como no había datos disponibles sobre la varianza de la población, se decidió realizar un muestreo “semi dirigido”, seleccionando una parte de los productores en función de los diferentes grupos identificados durante las primeras entrevistas (líderes de grupos), y a una mayoría de productores de la ARPQC (23 de los 28 entrevistados; es decir también 23 de los 82 registrados en la lista, o sea el 28% del total). Para tener el punto de vista de productores externos a la asociación, se entrevistaron a algunos de ellos (5 de los 28 entrevistados). Concretamente, dada la dificultad para acceder a los ranchos, y la incertidumbre para encontrar o no a los productores, se preguntaban una vez en una zona quien era productor de queso Cotija, y fuimos al azar de rancho en rancho, además de los productores seleccionados.

Sin embargo, se trató de cubrir un máximo de las diferentes partes de la Sierra, incluyendo los 5 municipios que cuentan con la presencia de productores, y realizando entrevistas en 6 de las 8 rutas identificadas en los trabajos del CIATEJ. En las 2 otras rutas, que no pudimos visitar por falta de tiempo, se realizaron entrevistas abiertas con respetivamente 1 y 2 productores.

En síntesis, podemos considerar que si nuestra muestra no es estadísticamente representativa, es coherente con la necesidad de datos para la realización de este trabajo.

Además de las entrevistas con los productores de queso Cotija, se realizaron entrevistas con:

- Los 3 responsables de la asociación Pro Sierra de Jalmich, respetivamente investigadora en el CIATEJ, profesor investigador en el Colmich, y promotor cultural del queso Cotija.
- Investigadora de la facultad de química de la UNAM.
- Los alcaldes de Santa María del Oro, Jilotlán y Quitupán.
- El responsable del despacho Bustar Alimentos.
- El responsable y un empleado del despacho Cibeles.
- El responsable de Del Norte Distributors.
- Un comerciante especializado en el acopio y venta de queso Cotija.
- El responsable del grupo PAI de Santa María del Oro.
- Dos chefs.
- Dos funcionarios del gobierno de Michoacán.
- Dos investigadores de la UA Chapingo.

4.4.1.3 Queso Bola de Ocosingo

No existen datos exactos sobre el número de queseros en Ocosingo. Según estimaciones de la Secretaria del Campo y del Instituto de Salud de Chiapas, existen unos 19 en total en el municipio de Ocosingo, de los cuales 8 están registrados en una lista de la Secretaria del Campo (más dos queserías del municipio de Chilón). Se entrevistaron con un cuestionario (véase en la monografía 2) y en sus queserías, a los 7 productores de la lista, todos productores de queso Bola de Ocosingo; y se realizó una entrevista abierta con el octavo, que no produce queso Bola ni queso Crema de Chiapas. Se entrevistaron además 2 productores de queso con el mismo cuestionario, entre ellos un productor de queso Bola que no estaba en la lista de la SDC. Así se encontraron todos los productores de queso Bola de Ocosingo; salvo un productor mencionado por otro quesero, y ubicado en el municipio de Chilón, que no fue posible entrevistar. Además, se realizaron entrevistas con:

- Los responsables del proyecto de marca colectiva a nivel estatal y regional.
- Tres Investigadores y técnicos de la Universidad Tecnológica de la Selva.
- El presidente de la asociación ganadera local.
- Tres funcionarios del Instituto de Salud de Chiapas.
- Tres funcionarios de la subsecretaria de Ganadería de la SDC y del Comité de Fomento de Protección Pecuaria (CFPP) del estado de Chiapas
- Dos investigadores de la UA Chapingo.
- Tres antiguos queseros que habían dejado la actividad.

4.4.1.4 Queso Crema de Chiapas

No existen datos exactos sobre el número de queseros en la Costa de Chiapas. Según las cifras dadas por el Instituto de Salud de Chiapas del año 2009, se tenían identificados a 103 queserías en esa región. Por su parte, la Secretaría del Campo tenía un padrón con 63 productores, principalmente los más grandes, y los localizados en los centros urbanos. Según estimaciones de productores y otros informantes claves, hay en realidad un total que varía entre 200 y 300 queserías en la Costa de Chiapas. Por lo tanto, dado además que queríamos enfocar en particular la cuestión del queso Crema de Chiapas, y que no eran disponible datos de varianza para racionalizar el muestreo, realizamos un muestreo semi dirigido, donde buscamos en particular entrevistar por lo menos a los productores que participaban en el proyecto de marca colectiva. Se trató de cubrir la zona, con entrevistas en los diferentes municipios, y en las diferentes colonias, en particular las que son conocidas por albergar varias queserías. Así se entrevistaron con un cuestionario (disponible en la monografía 3) a 47 queseros, en sus queserías, entre abril de 2009 y enero de 2009, de los cuales 38 producen queso Crema. El muestreo realizado concuerda en cuanto a su repartición geográfica con los datos del Instituto de Salud de Chiapas, así como con la importancia relativa de la producción de leche en cada municipio de la región.

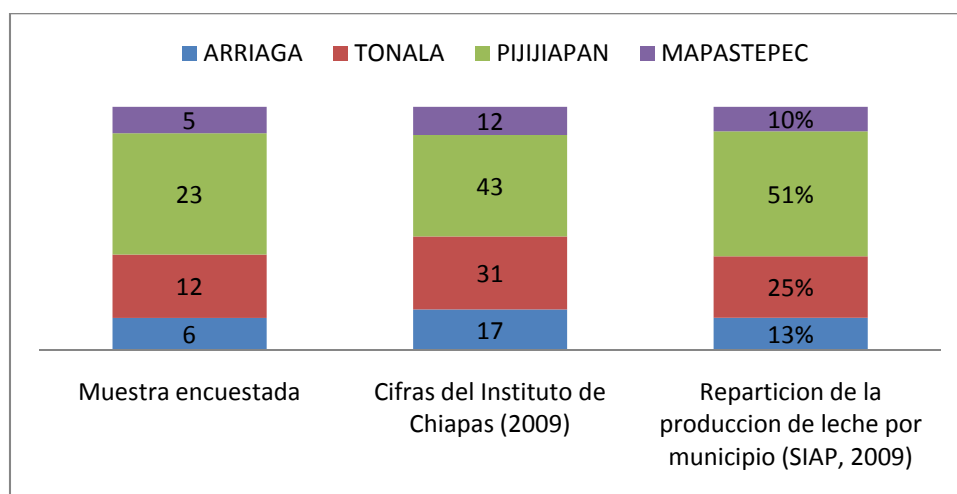


Figura 28: Número de queserías por municipio en la Costa de Chiapas y repartición de la producción de leche por municipio (elaboración propia)

Las queserías visitadas representan la diversidad de las situaciones en la producción quesera costeña, en cuanto a volúmenes de producción, mercado, localización (en las cabeceras municipales y en las comunidades y rancherías de la Costa) y tecnología. Sin embargo, ese sesgo no fue tan fuerte, ya que por el método de selección de los queseros (al azar, preguntando en los diferentes pueblos de cada municipio) se entrevistó a todos tipos de queserías, incluidos unidades que no trabajan el queso Crema (9 de los 47 entrevistados), para tener que tomar también en cuenta su

situación y su punto de vista sobre la calificación del queso Crema. Además, se realizaron entrevistas con:

- Los responsables del proyecto de marca colectiva a nivel estatal y regional.
- Los responsables de las oficinas regionales de SAGARPA.
- El presidente o los empleados de 7 asociaciones ganaderas locales o ejidales, y de la Unión Ganadera Regional
- Los funcionarios de la subsecretaría de Ganadería de la SDC y del Comité de Fomento de Protección Pecuaria (CFPP) del estado de Chiapas
- Tres funcionarios del Instituto de Salud de Chiapas.
- Tres funcionarios de los ayuntamientos de Tonalá, Pijijiapan y Mapastepec, encargado del desarrollo agropecuario.
- Un representante de FIRA.
- Dos investigadores de la UA Chapingo.
- Siete ganaderos.
- Tres antiguos queseros que habían dejado la actividad.
- También se acompañó los queseros o sus empleados en 3 rutas de recolección de la leche.
- Responsable del Sistema Producto Leche del Chiapas.
- Dos proveedores de insumos y material para las queserías.
- Un catador de queso
- Tres vendedores de queso Crema de Chiapas.

4.4.2 Otras fuentes de información

Además de las entrevistas realizadas, se captó informaciones a través de la consulta de documentos de diferentes tipos, citados en el texto y referenciados en la bibliografía:

- Estudios (tesis, y otros) sobre la producción de los quesos seleccionados;
- Estudios, documentos y artículos sobre la cuestión de las IG analizadas, tanto desde el punto de vista general (legislación, función, etc.) como en el caso particular de los procesos locales. Estos documentos ayudaron en particular a confirmar y afinar el análisis de las percepciones, posiciones y motivaciones de los diferentes actores, internos como externos al Sial.
- Documentos del COFOCALEC: minutas de reuniones del comité de normalización, y del subcomité de normalización de productos.

En fin, se realizaron observaciones participantes en diferentes eventos: ferias del queso Cotija, expo feria de Tuxtla-Gutiérrez, con los productores de queso Bola de Ocosingo y queso Crema de Chiapas, catas de queso (en las ferias), reuniones de las asociaciones de productores, reunión del sistema producto leche de Chiapas, reuniones del COFOCALEC (en particular para la NMX del queso Cotija), capacitaciones organizadas por Cibeles y viaje de estudio con los productores de queso Cotija. Se presentó en dos ocasiones parte de los avances a los productores, en la feria del queso Cotija, y durante una reunión del grupo de queseros involucrados en el proyecto de marca colectiva para el queso Chiapas.

4.4.3 Análisis de la información recolectada

Se analizó la información recolectada de dos maneras. Los datos cuantitativos fueron analizados a partir de un tratamiento simple de estadísticas descriptivas, principalmente medias, rangos y porcentajes. Esos datos sirven sobre todo para presentar el sistema productivo.

La información recolectada fue sobre todo analizada cualitativamente, a partir de los cuestionarios, y entrevistas abiertas y semi-abiertas. En el anexo 12, se presenta el esquema analítico utilizado como guión para clasificar y procesar la información de las entrevistas. Para los cuestionarios, el guion analítico es presentado al final de cada monografía, después del cuestionario.

CAPÍTULO 5 RESULTADOS

5.1 Preámbulo

La presentación de los tres casos empíricos estudiados, remitiendo cada uno a un queso tradicional y un proceso de calificación asociado, se hará en dos partes, a partir de dos esquemas de análisis y con la presentación de los resultados del trabajo de campo. Debido al carácter central del análisis de la construcción de las indicaciones geográficas, se decidió dedicar el capítulo de resultados a la cuestión de la calidad de los productos, de los procesos de calificación, tanto en su contexto histórico como territorial. La presentación detallada de cada sistema productivo local, o sistema agroalimentario localizado (Sial) fue incluida como monografía en los anexos de la tesis.

Cada caso presentado y analizado puede tener una configuración y dinámica ligeramente diferentes. Esto se debe a que cada situación es única en diferentes aspectos, con problemáticas y enfoques diferentes. Apareció entonces interesante y necesario destacar en cada caso los elementos específicos, aunque no fueran presentes en los demás casos. Por eso existe cierta asimetría en cuanto al contenido y la cantidad de los análisis presentados aquí, pues los procesos eran más o menos avanzados, y en cada caso se implicaron actores diferentes. Por ejemplo, dado que en la Sierra de Jalmich la producción de queso y la agricultura son inseparables, se ha trabajado más sobre la articulación entre esas dos actividades, integradas en las mismas unidades productivas que la producción de queso. Así, las encuestas han sido diferentes (especialmente para el queso Cotija), aunque se conservó el mismo esquema general, en torno a la producción quesera, y al análisis de las acciones colectivas. Cabe comentar que no se dispuso de fuentes de información y bibliográficas idénticas para cada caso, pues el sistema de estadísticas oficiales es muy pobre en cuanto a los casos estudiados, y existe cierta asimetría en lo relacionado a la cantidad y la calidad de los trabajos previamente hechos sobre dichos casos. Se asume entonces ese riesgo metodológico de asimetría, que obviamente se trató de no minimizar; pues era la única manera de tratar de integrar casos muy diferentes en un análisis conjunto, y poder así llegar a una discusión enriquecida de esas experiencias, por lo que tienen en común y por sus diferencias.

5.2 El queso Cotija de la Sierra de Jalmich: de la conquista de México a la reconquista de un mercado

El queso Cotija ha sido objeto de un proceso de calificación desde 1999, alrededor del reconocimiento de una Indicación Geográfica (IG). Su finalidad es múltiple: asegurar la protección comercial del queso Cotija producido en la Sierra de Jalmich frente a la competencia de quesos que usurpan su nombre, y promover a través de una IG un proceso de desarrollo integral en el territorio de producción y de su patrimonio natural y cultural. El fuerte anclaje territorial hizo pensar a los promotores de la IG que este reconocimiento era legítimo y se haría sin problema. Sin embargo, el IMPI (Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial) se opuso al otorgamiento de esta distinción, pero aceptó registrar en 2005 la marca colectiva “Queso Cotija región de origen”. A continuación se presentarán las principales características del Sial quesero de la Sierra de Jalmich, así como el desarrollo del proceso de calificación, entre el inicio del proyecto para la obtención de una Denominación de Origen en 1999 hasta finales de 2009.

5.2.1 El sistema productivo de la Sierra de Jalmich y el queso Cotija

En este apartado se presentan los principales elementos geográficos e históricos necesarios para circunscribir la problemática de la calificación del queso Cotija. También se hablará de las particularidades del queso Cotija, de su calidad específica en relación con los recursos territoriales que la fundamentan. El análisis detallado (técnico, económico y social) del sistema productivo del queso Cotija se presenta en la “Monografía 1”. Sin embargo insistimos en la importancia de entender la conformación de ese sistema, las dinámicas que lo atraviesan y los cambios recientes, para la comprensión de las lógicas de los actores y los desafíos del proceso de calificación. Los elementos claves para el análisis desarrollado serán mencionados a continuación.

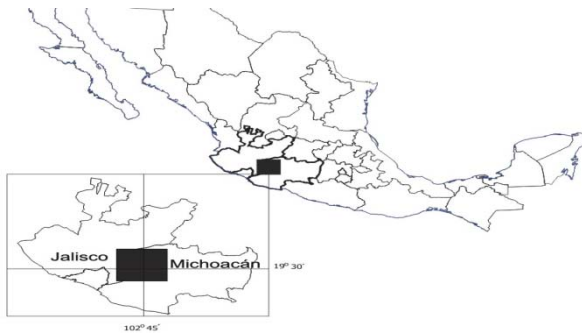
5.2.1.1 La Sierra de Jalmich, cuna y último santuario del queso Cotija

La Sierra de Jalmich¹⁷⁷, entre los estados de Jalisco y Michoacán, corresponde al área de producción actual del queso Cotija genuino (Figura 29); se extiende en forma de herradura en una superficie de 2,400 km², repartida entre seis municipios distintos. No corresponde a una división política-administrativa sino más bien a una realidad geográfica y sociocultural. Es una zona montañosa, con un relieve accidentado, de transición climática entre la región cálida de Tierra Caliente y el clima más templado y frío del Eje Neovolcánico. La temperatura promedio anual varía así entre 20 y 25°C. La temporada de lluvia se presenta de julio a noviembre, con precipitaciones anuales comprendidas entre 900 y 1200 mm; propicia un crecimiento vegetativo intenso, y la

¹⁷⁷ Esa denominación se debe al historiador de la región, Don Luis González (1968), y ha sido retomada por E. Barragán (1994), quien difundió su uso, en particular en el marco del proyecto de DO del queso Cotija.

regeneración de la vegetación después de más de seis meses de sequía. La disponibilidad de pastura permite una mejor alimentación de las vacas, que proporcionan entonces una cantidad de leche suficiente para asegurar a la vez la alimentación de sus becerros y la elaboración de quesos con el

sobranante de leche que se ordeña en esta temporada. El pasto verde y abundante permite también producir una leche rica en materia seca, en particular en grasa. Por otra parte, el clima y la altura ofrecen buenas condiciones naturales para la maduración del queso.



Nota: El área en colores verde y marrón indica la zona de producción delimitada

Figura 29: Zona de producción del queso Cotija definida por las reglas de uso de la Marca Colectiva queso “Cotija región de origen” (Fuente: Colegio de Michoacán, 2003)

Por razones climáticas y pedológicas (relacionadas con el tipo de vegetación) el área de producción ha sido delimitada para la solicitud de la DO y MC para una altura entre los 700 y 1 700 msnm (ver anexo 5). Sin embargo, los factores humanos y la historia del queso Cotija son también claves para entender el anclaje territorial de su producción en la Sierra de Jalmich, último refugio del auténtico Cotija.

La población total de la Sierra de Jalmich se eleva a unos 12,000 habitantes, repartidos en 400 localidades, con un promedio de 5 viviendas y 30 habitantes por localidad. La densidad población es muy baja, con tan sólo 5 habitantes/km², y una distancia promedio de 5 km entre cada localidad. El

centro de la Sierra de Jalmich se ubica a unos 50 km del primer pueblo (o sea de 3 a 4 horas con una camioneta); sin embargo hay ranchos más cercanos a pequeños pueblos, en los alrededores de Santa María del Oro y Jilotlán. Los caminos o brechas que comunican las rancherías entre ellas y con los pueblos están en muy mal estado, en particular durante la temporada de lluvias, cuando apenas logran transitar las camionetas 4x4 entre el lodo y los hoyos. Así más que en kilómetros, las distancias se miden en horas de camino. Esas características de aislamiento y baja densidad de población son una característica fundamental de la sociedad ranchera (Barragán, 1994). En estas condiciones, la ganadería es la principal y hoy casi la única actividad económica en la región. Se estimaban en 2008 que la Sierra que contaba 200 “ranchos de ordeña” (es decir donde se produce queso). Según Barragán (1994), los ranchos de ordeña representaban la tercera parte del número de ranchos totales (siendo los demás unidades con menos cabezas de ganado). Las otras alternativas para los rancheros son los cultivos de plantas ilegales, y la emigración.

5.2.1.2 *Del mestizaje natural y cultural: historia del queso Cotija*

La sociedad ranchera, que puebla la Sierra de Jalmich (y que se encuentra también en otras regiones del país), encuentra su origen en el largo proceso de colonización de México (calificado por Cochet de movimiento de “conquista ordinaria”) que siguió a la Conquista oficial política, y en el mestizaje entre poblaciones europeas e indígenas (Cochet, 1991; Barragán, 1994, 1997). Este mestizaje¹⁷⁸ se expresa en particular en los sistemas de producción que asocian el cultivo itinerante de maíz de los indígenas, basado en la roza-quema, con la crianza de bovinos de los europeos (Barragán *et al.*, 2010). Esos sistemas suponen un uso extensivo de la tierra, y por lo tanto una baja densidad de población. Después de una cosecha de maíz, la parcela se deja varios años sin cultivar y un área nueva es desbrozada. Las áreas sin cultivo se ocupan como agostadero para el ganado, hasta que el monte vuelva a ocupar el terreno. Empieza entonces un nuevo ciclo; la parcela se vuelve entonces a desmontar para sembrar maíz, etc. La elaboración de queso Cotija se ha desarrollado en los ranchos, unidades de producción de pequeña propiedad dedicadas a la producción de ganado. Durante la temporada de lluvia, el excedente de leche es valorizado bajo la forma de quesos madurados, mientras que el resto del año no se ordeña a las vacas.

La producción de queso Cotija se volvió rápidamente una actividad importante en la región, en particular en las zonas más aisladas. Barragán y Chávez (1998) reportaron que ya se utilizaba las piezas de queso para el pago de impuestos en el siglo XVII. El queso Cotija se comercializaba a través

¹⁷⁸ En términos culturales y sociales, ese mestizaje ha sido limitado, y las relaciones entre las sociedades rancheras e indígenas han sido caracterizadas por numerosos intercambios, pero también por cierta violencia y brutalidad. Los rancheros se reivindican de cultura ladina, criolla, con sus valores y representaciones, y rechazan la cultura y la manera de concebir el mundo indígena.

de los *arrieros*, comerciantes itinerantes que cada año lo distribuían en mulas por todo el país. La mayoría eran oriundos de Cotija, de la periferia de la Sierra de Jalmich, lo que explica que el queso se difundiera como queso “Cotija”¹⁷⁹. Su producción se extendía en ese entonces más allá de la Sierra de Jalmich, en las planicies y zonas menos accidentadas que la rodean (en la región de San José de Gracia, etc.).

El Cotija conoció su auge al principio del siglo XX. Según los ancianos, “*se vivía muy bien del queso*” en ese entonces¹⁸⁰. Pero con el desarrollo de infraestructuras, en particular de carreteras y del ferrocarril, se desencadenó una progresiva decadencia de la actividad a partir de los años cuarenta. Los arrieros desaparecieron, reemplazados por el transporte ferroviario. Al mismo tiempo, otros factores contribuyeron también a modificar el proceso de producción: disminución de la disponibilidad en mano de obra, cambio en los patrones de consumo y mayor integración del mercado nacional. Los sistemas de producción evolucionaron hacia una especialización lechera y desatendieron la elaboración de queso. La producción de leche dejó de ser estacional y se volvió anual, se introdujeron razas más productivas, como la Holstein, y se empezó a trabajar de manera semi-intensiva (Baisnée, 1989). Se fundaron talleres queseros, desvinculando la producción de leche y de queso. El acceso a la electricidad y el agua permitió el desarrollo de innovaciones en la producción quesera, algunas relacionadas con la adulteración del producto. Así, de la producción ranchera y estacional de queso Cotija madurado, pasaron a una especialización lechera de los ranchos, junto con el desarrollo de un modo de producción industrial de un queso fresco denominado “tipo Cotija”.

Mientras que ese proceso se daba en algunas localidades periféricas a la Sierra (como Cotija, San José de Gracia¹⁸¹ y otras), que se integraron al mercado nacional y presentaron una fuerte evolución de sus sistemas productivos, la Sierra de Jalmich permaneció al margen, sin carretera, electricidad y agua corriente. La producción del auténtico queso original Cotija se mantuvo entonces como tal

¹⁷⁹ Cotija era el centro económico principal de la región, donde llegaban los diferentes caminos y brechas. Esa situación de denominación de un queso en función del centro comercial principal es similar a la que describió Delfosse (2007) para diferentes quesos franceses, como el *Livarot*, el *Munster*, o la *Fourme d’Ambert*.

¹⁸⁰ Además, había múltiples otras fuentes de ingresos: engorda de cerdos, cultivo y procesamiento de la caña de azúcar, cultivo de frutas y hortalizas, etc. La apertura de vías de comunicación y la entrada masiva de productos de otras regiones del país acabaron con esas oportunidades comerciales. También se abandonó el uso de yunta de bueyes, que algunos rancheros criaban y domaban para rentarlos a los agricultores de los valles vecinos.

¹⁸¹ La descripción del proceso de elaboración del queso tipo Cotija artesanal en una pequeña quesería de San José de Gracia ilustra el parentesco entre la tradición quesera en esa región y en la Sierra de Jalmich: artesas hechas con árbol de parota, técnica de corte de la cuajada, amasamiento, etc. (Deraga, 1998); aunque las diferencias en cuanto a los sistemas ganaderos, y la reducción de la maduración a una simple etapa de oreo ha conducido a un queso totalmente diferente, que no puede ser considerado como una versión dentro del tipo “queso Cotija”, sino que debe considerarse como otro tipo de queso, que se difundió bajo la denominación “tipo Cotija”.

solamente en esa región aislada, pero como los arrieros habían desaparecido, sus productores tuvieron que buscar nuevos circuitos de comercialización.

En efecto, la venta del queso Cotija genuino se mantuvo en un mercado local y regional (Cotija, Los Reyes, Valle de Juárez, Quitupán, etc.), a través de un grupo reducido de comerciantes que compraban a los rancheros toda la producción de un año. Cada uno acopiaba quesos, hasta 40 toneladas, que generalmente vendían al menudeo en sus tiendas. Aprovechando su posición dominante en la relación con los rancheros, los comerciantes impusieron precios bajos, similares a los que se pagaban por otros quesos (adulterados o no). En la segunda mitad de la década de 1990, los precios eran de unos 30-40 pesos/Kg, precio casi similar al cualquier queso fresco. Además del mercado regional, la población originaria de la Sierra de Jalmich, que emigró a las grandes ciudades del país o a Estados Unidos (EUA), ha dado otra salida al queso Cotija. Estos consumidores, cuya preferencia por el queso Cotija se puede considerar como un consumo “identitario”, han formado lo que se conoce como un “mercado de la nostalgia”, o mercado nostálgico, donde el queso Cotija es claramente diferenciado de otros quesos, en particular del “tipo Cotija”. La importancia de ese mercado se torna cada vez mayor, en particular gracias a la ley de amnistía que regularizó la situación de millones de mexicanos residentes en EE.UU.

5.2.1.3 El queso “tipo Cotija”, o la historia de una usurpación

La difusión de la producción de queso “tipo Cotija”, imitación inspirada por el queso Cotija, se articuló alrededor de dos dinámicas. En un primer momento, hemos visto que diferentes factores incidieron en la transformación de los sistemas productivos en los valles de alrededor de la Sierra de Jalmich. Se intensificó la producción de leche y se generó un flujo constante de producción y comercialización de quesos a bajos precios para abastecer a los mercados urbanos emergentes. La fase de maduración se eliminó y los procesos de producción se volvieron más industriales, dejando menos espacio a la expresión de la habilidad del quesero. La incorporación de una mayor cantidad de sal sustituyó el proceso de maduración; pues la sal permite conservar más tiempo un queso fresco (aunque menos que un queso madurado). La intensificación de la competencia, sin regulación oficial sobre la calidad, impulsó el desarrollo de los quesos adulterados: uso de grasa vegetal, leche en polvo, almidón, etc. El resultado fue la producción de quesos muy salados y con poco sabor, y a veces con una textura plástica, que han estado usando la denominación de queso Cotija.

El fuerte desarrollo de la industria quesera en la periferia de la Sierra de Jalmich agotó la oferta local de leche. En los años 1950-60 varios queseros se fueron a otras regiones del país, en particular a Chiapas, Veracruz y Tabasco, conocidas por una disponibilidad importante de leche a bajo precio. Así se instalaron los primeros “Cotijeros” en Chiapas, produciendo queso tipo Cotija para el mercado

nacional. Se trata también de un queso fresco, más salado, muy diferente del queso Cotija genuino. Como señala un quesero chiapaneco, “el queso tipo Cotija es uno de los que aguanta más las adulteraciones” (entrevista con un quesero, Pijijiapan, Chiapas, 2008).

A fin de cuentas el término queso “tipo Cotija” engloba un conjunto de productos muy diversos, cuyo denominador más común es la forma y el tamaño de las piezas (Figura 30). Formas diferentes de producción artesanal o industrial¹⁸², adulteración o no del queso, entre otras, generan grandes diferencias de aspecto, sabor y textura. Esas diferencias se asocian con variaciones en los modos de consumo¹⁸³.



De la izquierda a la derecha: un queso tipo Cotija (artesanal), un queso Cotija, y un queso tipo Cotija (industrial)

Figura 30: El queso Cotija y sus imitaciones

A la hora de comprar queso, el consumidor no dispone de mucha información: faltan etiquetas, indicaciones sobre ingredientes, procedencia y modos de producción. Únicamente los productos comercializados en supermercados tienen sistemáticamente una etiqueta (que de hecho no es siempre veraz; cf. los estudios de la PROFECO, Procuraduría Federal del Consumidor). Ahora bien, muchos quesos se venden en tianguis y pequeñas tiendas, de manera informal, sin etiquetas. En esas condiciones, el consumidor no tiene acceso a la información sobre el producto y los procesos de producción, y no pueden realmente elegir por falta de información.

De esta manera, el queso de imitación ha desplazado del mercado al verdadero queso Cotija, a tal punto que muchos mexicanos no conocen el original. Asocian el queso Cotija a un queso fresco, blanco, muy salado, es decir el “tipo Cotija”. Ese desplazamiento ha sido favorecido por el desarrollo de la demanda, privilegiando la cantidad sobre la calidad, y por la comodidad que ofrecía el queso “tipo Cotija” para los actores de la cadena (producción todo el año y en gran cantidad, calidad más o menos estándar, etc.). El queso “tipo Cotija” se integra en la lógica de la agroindustria de masa,

¹⁸² La distinción que hacemos aquí entre queso tipo Cotija artesanal e industrial consiste en la escala y los procesos de producción (equipos, prácticas, etc.).

¹⁸³ Mientras que tradicionalmente el queso Cotija se usa desmoronado con la comida, el queso tipo Cotija se consume también frito.

donde se busca vender productos con un máximo de humedad, produciendo así la ilusión para el consumidor de comprar grandes cantidades de alimentos (mientras que compra sobre todo agua...). El queso Cotija, al contrario, se inscribe en la lógica de un sistema productivo complejo, anclado en un territorio, en sus dimensiones biotécnicas y socioeconómicas.

Privado de acceso al mercado nacional con el retiro de los arrieros y aislado en la Sierra de Jalmich, el queso Cotija auténtico, sólo se mantuvo en un mercado local-regional, alineándose al nivel de precios impuesto por el mercado nacional. Los productores no pudieron resistir al fenómeno de usurpación de la denominación Cotija por parte de un queso totalmente diferente, cuya importancia ha venido creciendo en el mercado a partir de los sesenta, hasta soterrar al queso Cotija genuino. Es difícil conocer la producción total nacional de queso “tipo Cotija” (en parte informal), sin embargo, con base a estimaciones propias¹⁸⁴ hechas en San José de Gracia y en la Costa de Chiapas, se puede calcular que se elaboran en estos lugares respectivamente 1,000 t y más de 4,000 t al año. Estas cifras muestran el desfase entre la producción de queso “tipo Cotija” y Cotija genuino, esto sin considerar la producción de otras localidades y estados. En efecto, con una producción total anual estimada a unos 200-300 t (frente a 1,000-1,200 t que se producían en 1960), los 200 rancheros que siguen produciendo queso Cotija han sido marginados en el mercado y despojados de la denominación de su queso por un producto desnaturalizado e incluso adulterado. Los productores de “tipo Cotija” han usado este nombre (conscientemente o no) para catapultarse en el mercado y han logrado desplazar del mercado el queso Cotija genuino. Frente a este proceso de usurpación, la obtención de una IG puede verse como un proceso de reapropiación del queso Cotija por los productores de la Sierra de Jalmich a través de un proceso de calificación, que proteja y valore el queso Cotija genuino. Pero antes de ver como se ha manejado este proceso, es importante empezar por plantear que es el queso Cotija.

5.2.1.4 ¿Qué es el queso Cotija?

El Cotija es un queso producido por los ganaderos de la Sierra de Jalmich, a partir de leche cruda de vaca, únicamente durante los 4-5 meses que dura la temporada de lluvias. Se elabora a diario en los mismos ranchos donde se produce la leche¹⁸⁵, directamente después de la ordeña. Tras un corto tiempo de reposo, la cuajada es escurrida, salada y amasada, antes de ser prensada el mismo día, para un tiempo de un día aproximadamente. Luego el queso se añeja por un tiempo mínimo de 3 meses, en el mismo rancho. Se clasifica como queso de pasta prensada no cocida. De forma

¹⁸⁴ Realizadas a partir entrevistas directas a queseros, organizaciones ganaderas y administraciones locales, realizadas entre 2007 y 2008.

¹⁸⁵ Es decir que la leche y el queso se producen en la misma unidad, y que no hay compra ni mezcla de leche de diferentes unidades de producción. En México no existe un término dedicado para este tipo de productos, por lo cual se propuso en el marco de referencia el término de queso “campesino” (o “finquero”, o “ranchero”).

cilíndrica, mide unos 40 cm de diámetro y 18 cm de altura. Su peso es de aproximadamente 20 kilos. Su costra es anaranjada y su pasta amarillo claro. El corte del queso es más o menos tajante (o “de tajo”); la cohesión de la pasta cambia según la cantidad de sal, la composición de la leche y las condiciones de elaboración y maduración. Se caracteriza por su sabor fuerte, más o menos salado según el productor. La composición promedia a los tres meses de añejamiento se da en la Tabla 11. Sin embargo esa composición es muy variable de un rancho al otro, y varía en el transcurso de la temporada de lluvia (Chombo, 2008b). Los factores de variación son a la vez naturales (en particular en relación con la temperatura y humedad) y humanos (saber-hacer, práctica y experiencia del productor).

	Grasa	Proteína	Sal (NaCl)	Actividad del agua	pH	Humedad	Acidez
Promedio	28.6%	29.2%	0.5%	0.889	5.1	28.6%	2.2%

Tabla 11: Composición y características promedias del queso Cotija a los tres meses de añejamiento (fuente: Chombo, 2008b)

Pero más allá de los criterios clásicos de clasificación de quesos, el queso Cotija se caracteriza por su anclaje en un territorio, en un sistema productivo local (un Sial), por incorporar recursos territoriales que le confieren sus verdaderas características y su identidad. Es de esa forma que el Cotija se puede pensar como un patrimonio colectivo, fruto y expresión de su territorio, e inseparable de un sistema productivo rancharo que corresponde también a un modo de vida.

Dentro de los recursos territoriales, los saberes técnicos y relacionales constituyen el punto central alrededor de los cuales se plasma el anclaje territorial de un producto, puesto que remiten a los modos de apropiación y movilización de los diferentes recursos para la producción y comercialización (Linck, 2006). Se destacan en particular los diferentes saberes, técnicas y dispositivos organizacionales e institucionales movilizados en la producción de queso Cotija. Por ser un queso elaborado por los mismos ganaderos, la producción de Cotija está fuertemente vinculada con el sistema de crianza, tanto a nivel técnico como organizacional. No se puede pensar el anclaje territorial del queso Cotija sin analizar el manejo global de los ranchos. La complementariedad entre el cultivo itinerante del maíz, la producción de ganado (orientada principalmente hacia la producción de novillos) y la producción de queso es fundamental en la dinámica del sistema de producción rancharo de la Sierra de Jalmich (Barragán *et al.*, 2010)¹⁸⁶.

¹⁸⁶ Según Chombo (2005), los ingresos en los ranchos de quesos se reparten de manera equitativa entre la venta del queso y la de los novillos (de 8-12 meses). Según nuestras encuestas, la producción de queso predomina ligeramente en los ingresos (ver monografía 1). El maíz se destina en general al autoconsumo (humano y animal).

Los saberes técnicos desarrollados por los rancheros corresponden a un modo de gestión del espacio que les permite enfrentar el aislamiento relativo (vías de comunicación escasas y en mal estado, no acceso a la electricidad) y las limitaciones en recursos (forraje, agua, etcétera). La composición genética del hato ilustra esa capacidad de adaptación de los ganaderos. Con la cruce empírica de diversas razas (criollos, cebús y razas europeas como el suizo), han encontrado un equilibrio propio y dinámico entre rusticidad, resistencia a la sequía, a las enfermedades y parásitos; producción de novillos de “buen tamaño” vendidos a engordadores; y producción de leche en pequeña cantidad (1.3-6.5 L/día/vaca ordeñada en época de lluvias, más lo que se deja para el becerro) pero rica en grasa y proteína (por el tipo de alimentación y la genética del ganado¹⁸⁷). Esos saberes técnicos son complementados y articulados por saberes relacionales: organización del trabajo (mediería, división familiar del trabajo), solidaridad familiar, redes sociales con los migrantes y relaciones comerciales con los comerciantes. Así, la mediería constituye una modalidad clave de organización social del trabajo, y una puerta de acceso a la propiedad, que permite acumular progresivamente un capital bajo la forma de cabezas de ganado (Barragán *et al.*, 2010); genera, para el propietario, un excedente de maíz y sobre todo un incremento del espacio forrajero que aumenta su capacidad de producción y acelera los procesos de acumulación de capital a su favor.

El saber-hacer quesero familiar, hecho de conocimientos constituidos y transmitidos de generación en generación, permiten elaborar un queso de larga duración con un mínimo de infraestructura, equipos e insumos; sólo se usa leche, sal y cuajo. No se agregan cultivos lácticos, dejando que se desarrolle la flora bacteriana natural o criolla, que refuerza la especificidad del queso Cotija y constituye un método empírico y eficiente de manejo sanitario y de inocuidad¹⁸⁸. Pero más allá de sus características organolépticas y especificidades físico-químicas y microbiológicas, el queso Cotija tiene también un alto valor simbólico: producto de la sociedad ranchera con sus

¹⁸⁷ Según un estudio del CIATEJ (Chombo, 2008b), la tasa de grasa es de 3.9% en promedio y la tasa de proteína de 3.15% en promedio; el contenido de sólidos totales es de 14% en promedio. Esas tasas varían bastante de un rancho al otro y en el transcurso de la temporada de lluvias. La tasa de grasa varía así de 3.5% en el mes de junio a 5% en el mes de octubre.

¹⁸⁸ La carga inicial en bacterias mesofílicas anaeróbicas es muy elevada (4.4 millones de UFC/g de leche), fuera de los estándares oficiales para la leche (Chombo, 2008b). La tasa de coliformes totales es también importante, con presencia a veces de coliformes fecales, de *Staphylococcus aureus*, de hongos y levaduras. No se detectó *Salmonella* ni *Listeria*, ni *Brucella abortus* (Hernández-Briones *et al.*, 2008). La carga bacteriana en la leche y su naturaleza varía de un caso a otro, y también en función del mes (en relación en particular con el clima). A pesar de esa “baja” calidad (en términos de los estándares oficiales), la leche no presenta un nivel de pH y acidez anormal al momento de empezar el proceso de elaboración del queso. La acidez evoluciona progresivamente durante la hechura y la maduración del queso. Después de 3 meses de maduración, el queso Cotija presenta un balance positivo en cuanto a su inocuidad: ausencia de *S. Aureus*, *E.Coli*, *Listeria* y *Salmonella*; carga en coliformes totales y fecales dentro de la norma (Chombo, 2008b; Hernández-Briones *et al.*, 2009; Quirasco, 2009). Sólo el número de levadura excede la norma, aunque la NOM-243-SSA1-2010 autoriza rebasar ese límite para ciertos quesos cuya elaboración requiere levaduras (como el queso Cotija, cuya corteza se constituye principalmente a partir de la acción de levaduras, según Parguel, 2010).

representaciones, mitos y valores, participa también en las dinámicas de reconocimiento social de los rancheros, y en la reproducción social, económica e identitaria de la sociedad ranchera de la Sierra de Jalmich. Entre esos valores podemos destacar la autonomía e independencia del ranchero, el valor del trabajo, la solidaridad (familiar), el espíritu de “colono”, siempre listo para emprender nuevos desafíos, y también diversas expresiones culturales (música ranchera, gastronomía, etcétera), reconocidas como componentes intrínsecos de la mexicanidad. También la ganadería es uno de los rasgos distintivos de la sociedad ranchera y la calidad tanto del ganado como del queso tiene importancia para el orgullo y el reconocimiento social del ranchero.

Por último falta mencionar un último aspecto, un tipo de saber que cuenta mucho en la valorización de los productos tradicionales, el saber apreciar¹⁸⁹. En el caso del queso Cotija, la difusión de ese saber se ha limitado, tras el desarrollo del queso “tipo Cotija”, a los habitantes de la Sierra, y algunos habitantes de sus periferias. Ellos saben reconocer el queso Cotija y son por lo tanto susceptibles de valorizarlo. También detienen ese saber los migrantes, que buscan comprar ese queso, especialmente cuando vienen de visita a sus tierras.

Gracias a sus diferentes saberes, los ganaderos han logrado una valorización sostenible de un espacio a la vez rico y hostil. Han elaborado un sistema basado en la autosuficiencia y la reproducción de los recursos locales, para seguir asumiendo su autonomía. Los diferentes recursos territoriales incorporados al queso califican el Cotija y marcan su carácter único. El sistema de crianza genera una leche de calidad, un producto con calidad específica, y no genérica como el tipo Cotija. El saber hacer quesero, la micro flora local y la maduración aportan su “toque” a la especificidad del queso. La reproducción social y económica, pero también ambiental, del sistema de producción ranchero de la Sierra de Jalmich depende de un equilibrio complejo en el cual intervienen numerosas interacciones, biológicas y sociales. Es para proteger y valorizar este equilibrio, perturbado por el modelo de desarrollo dominante (industrial y urbano) en México y en el mundo, y aprovechar y difundir el saber apreciar asociado a ese queso, que se solicitó la protección de una indicación geográfica para el queso Cotija de la Sierra de Jalmich.

¹⁸⁹ Las características sensoriales del queso Cotija han sido analizadas de dos maneras. De un lado, Placencia Navarro (2003) y luego Utrera (2007) caracterizaron a partir de métodos científicos (con pruebas sensoriales e instrumentales) el queso Cotija. Utrera (2007) mostró así la diferencia entre el queso Cotija de la Sierra y el queso tipo Cotija (artesanal e industrial), y la relativa homogeneidad de la producción de la Sierra. Por otro lado, se organizaron varias catas de quesos, implicando a productores, conocedores del producto y gastrónomos para definir los atributos importantes para evaluar un queso Cotija. Es a través de esa segunda metodología de caracterización que se revela ese saber apreciar, la evaluación científica permitiendo por su parte profundizar y enriquecer la comprensión de ese saber apreciar y el conocimiento del queso Cotija y de su tipicidad.

5.2.2 La denominación de origen y la marca colectiva: una oportunidad para promover el desarrollo territorial de la Sierra de Jalmich

Como lo vimos, a partir de la década de 1960, la situación se deterioró cada vez más para los rancheros de la Sierra de Jalmich: desvalorización de las producciones y pérdida de mercados, falta de infraestructuras y servicios básicos (camino, luz, agua, salud, educación). En ese contexto se intensificó la emigración¹⁹⁰ y se inició un círculo vicioso entre desaparición de la actividad quesera y despoblamiento. Así la producción de queso se redujo drásticamente entre 1960 y 1997, particularmente a partir de 1985 (ver en la **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**, la evolución de los hatos, unidades de producción y la producción de queso). Eso condujo a Barragán y Chávez (1998: 1) a concluir que, aislado en su último “bastión”, “el queso Cotija se nos va de las manos”.

	1960	1985	1997
Vacas de ordeña	2500	2072	1037
Ranchos de ordeña ¹⁹¹	50	44	35
Producción de queso (toneladas)	45	37	15
Producción de queso por rancho (toneladas)	0.9	0.84	0.43

Tabla 12: Evolución de la actividad ganadera en los ranchos del Potrero de Herrera¹⁹² (zona de la Sierra de Jalmich), 1960-1997 (fuente: Barragán y Chávez, 1998)

5.2.2.1 Primeros pasos e inicio del proceso de calificación

El detonador del proceso de calificación del queso Cotija se debe al encuentro entre dos proyectos. Frente a la constatación de la desaparición progresiva del queso Cotija y el despoblamiento de la Sierra, se juntaron las iniciativas de dos investigadores, PC del CIATEJ (Centro de Investigación y Asistencia en Tecnología y diseño del Estado de Jalisco), y EB del Colmich (Colegio de Michoacán). PC, especializada en la química de los alimentos, planteó que los quesos artesanales podían constituir una respuesta a los problemas económicos de los pequeños productores de leche y queseros, a condición de mejorar su calidad y valorizarlos, por ejemplo vía una DO; conoció el queso Cotija de la Sierra de Jalmich, y vio en este queso “tan bueno como los europeos” un gran potencial.

¹⁹⁰ La emigración no es un proceso nuevo en la Sierra, cuya historia se caracterizó por ciclos de incremento y expulsión de población; pero desde hace varias décadas ese proceso se intensificó alcanzando altos niveles de despoblamiento.

¹⁹¹ Se trata de las unidades donde se ordeñan vacas y se elabora queso Cotija, lo que no es el caso de todos los ranchos de la Sierra. Se habla de una “ordeña” para designar el hato ordeñado. También puede servir de referencia cuantitativa, en el sentido que una ordeña corresponde a un número de vacas suficiente para hacer una pieza de queso de unos 20 kg. cada día, lo que hasta los años 90 correspondía a 60 vacas.

¹⁹² Zona ubicada en la parte oriental de la Sierra de Jalmich, que abarca unos 400 km² de los 2,400km² de extensión de la Sierra.

Inició en 1998 un proyecto financiado por el SIMORELOS¹⁹³ (que terminó el año 2001): “Fortalecimiento de la calidad en los procesos de producción y transformación de la leche, Una alternativa para potenciar nuevas organizaciones de productores lecheros en el occidente de México”. Trabajó con un núcleo inicial de 10 productores, todos ubicados alrededor de la rancharía de Lourdes, en el análisis de la calidad del queso y la capacitación de los rancheros para mejorar los aspectos sanitarios en la hechura del queso.

EB, investigador en el área de estudios rurales del Colmich, que trabajaba desde varios años sobre las sociedades rancheras (en particular de la Sierra de Jalmich de donde es oriundo y donde aun tiene una parte de su familia) y había constatado que *“el queso Cotija se nos va de las manos”* (Barragán y Chávez, 1998), se enteró del proyecto de PC. Lanzó otro proyecto en 1999, junto con PC y el CIATEJ, que se conocería luego como “Potencialización del patrimonio cultural en la Sierra de Jalmich. Hacia una denominación de origen para el queso Cotija”¹⁹⁴ (Barragán, 2003; PSJ, 2004). Propuso movilizar su propio conocimiento y experiencia sobre la zona, así como los de estudiantes y profesores del Colmich, para caracterizar los aspectos históricos, culturales y geográficos de la producción de queso Cotija y de la Sierra de Jalmich, y acompañar el proceso de revitalización de la Sierra. Un miembro del gobierno municipal de Cotija, RA, se integró también al proyecto y consiguió el apoyo de su municipio para organizar en el año 2000 la primera “Feria del queso Cotija”¹⁹⁵. Esos tres actores sostuvieron el proyecto y acompañaron a los productores de queso a lo largo del proceso de calificación; de ahí en adelante, se llamaron los tres “asesores” (o 3A), como los designan a menudo los productores.

Las primeras acciones se enfocaron a implicar a los productores en el proyecto (presentación del proyecto en sus diferentes dimensiones) y mejorar los conocimientos sobre el producto, el territorio y sus actores. Se desarrolló un trabajo sobre las cuestiones de calidad del queso Cotija, para caracterizarlo y mejorar su calidad sanitaria. La comunicación no fue siempre cómoda entre los expertos y técnicos de un lado y los rancheros del otro, por lo cual se requirió una fase de adaptación

¹⁹³ Sistema de Investigación regional “José María Morelos”, programa del CONACYT que otorgaba fondos para proyectos de investigación de diferentes ámbitos en el Occidente mexicano.

¹⁹⁴ Parte del proyecto de investigación interdisciplinario dirigido por el Colmich: “Sustentabilidad Patrimonial en la cuenca del río Tepalcatepec”. El acuerdo de cooperación entre el CIATEJ y el Colmich fue oficializado en junio del 2004.

¹⁹⁵ El primer año, el municipio ofreció 500 pesos a cada productor para que regale queso Cotija en sus stands, y así poder dar a conocer el queso a nuevos clientes. Se organizaba también diferentes eventos: concurso de elaboración de platillos con queso Cotija, eventos folklóricos, concursos para los escolares sobre el medio ambiente, exposición de arte y conferencias, principalmente destinadas a los productores (sobre la historia de la región, sanidad animal y alimenticia, etc.). Se rechazó la presencia de otros tipos de queso, para no confundir la gente, y se decidió de organizar la feria en un periodo diferente a la fiesta del pueblo, a principios de noviembre.

y “traducción” (Chombo, 2008b). Sin embargo algunos rancheros se implicaron en el proyecto, adoptaron una postura bastante activa y participativa, y aceptaron entrar en el “juego” (con las reuniones, pláticas, entrega de muestras, participación a ferias, etc.) aunque todo eso fuera muy nuevo para ellos, y no siempre claro. Se dieron cuenta poco a poco de las ventajas que tenía el proyecto, para mejorar su producto, e intercambiar directamente con el consumidor en las ferias.

Con el primer núcleo de 10 productores, se creó en octubre de 2001 la Asociación Regional de Productores de Queso Cotija (ARPQC), para consolidar la organización de los rancheros y poder así tener mayor visibilidad y reconocimiento. Alrededor del año 2001, se obtuvieron los primeros apoyos de FONAES, con un fondo “revolvente” de unos 4,000 pesos, para hacer cercas y una galera para ordeñar. Viendo que los rancheros cumplían con los requisitos (comprobación de los gastos y reembolsos), los organismos se animaron a apoyarlos más, y en el 2003 los mismos grupos familiares recibieron un apoyo de 28,000 pesos, destinado en particular a la compra de equipos para la quesería. Luego se crearon grupos formales (en general entre familiares), con la idea de gestionar apoyos más importantes, para los cuales se exigía grupos con registro oficial. En efecto se buscaba apoyos para poder poner en práctica las recomendaciones y capacitaciones, en particular arreglar el lugar de ordeña (con piso de concreto y galera) y la quesería (construcción del cuarto, equipos de acero inoxidable). Así se conformaron 8 grupos familiares, formalmente constituidos (como Sociedad de Producción Rural o Sociedad Cooperativa), que obtuvieron en los años 2003-2004 un apoyo de FONAES que varía de 400 a 600,000 pesos por grupo (50,000 pesos por integrante del grupo). La obtención de los apoyos se hizo a través de un consultor¹⁹⁶, MG, solicitado por PC para acompañar los productores en los trámites.

Por necesidad de un nivel de organización transversal y para dar continuidad al proyecto (tras la terminación del proyecto financiado por SIMORELOS), se formó en el 2001-2002 el Consejo Regional para la Certificación (CRECER), que reunía a los tres asesores, los rancheros, y luego el IMPI y el FONAES, para coordinar los diferentes proyectos y esfuerzos. El CRECER se dio como objetivo de:

- Motivar a los productores y organizarlos (para ser representado y tener acceso a los apoyos);
- Involucrar a las instituciones públicas de manera concreta, coordinada y a largo plazo en proyectos de apoyo a los productores;

¹⁹⁶ En México, el acceso a los apoyos es un camino largo y complejo, por lo cual se ve cada vez más la intervención de intermediarios entre productores y organismos de apoyos, que ayudan a los primeros a constituir su solicitud, y cumplen el papel de difusión de información y solicitud de los productores que no realizan los organismos, a menudo desvinculado del sector productivo. Esos intermediarios (consultores o proyectistas), verdaderos especialistas en “tramitología” y “burocratología”, reciben un pago fijo por solicitud, que de hecho es previsto en el propio diseño de los esquemas de apoyo.

- Fomentar la multidisciplinariedad para involucrar de manera eficiente a los académicos en los procesos de desarrollo y de calificación;
- Acompañar los productores en las innovaciones técnicas y organizacionales necesarias para llevar a cabo el proceso de calificación y el reconocimiento de la DO.

Se formalizó el CRECER con la creación en enero del 2003 la Asociación Civil Pro Sierra de Jalmich (PSJ)¹⁹⁷, cuyo objetivo principal era coordinar los diferentes componentes del proyecto de “Potencialización del Patrimonio Cultural de la Sierra de Jalmich”, en particular para la obtención de la DO y de diversos apoyos (técnicos, financieros, comerciales, políticos, consejo).

La PSJ acompañó de manera estrecha a la ARPQC. En efecto, los rancheros tenían muy poca experiencia en el manejo de proyectos colectivos, por lo cual se les dificultaba la gestión de apoyos públicos o la obtención de una DO o MC. También se involucraron diferentes dependencias (como FONAES, SAGARPA o SEDESOL; y dependencias de los gobiernos de Jalisco y Michoacán), que otorgaron diferentes formas de apoyos (créditos, subsidios, capacitaciones) a los rancheros.

5.2.2.2 Extensión y difusión del proyecto: la PSJ y el proyecto de potencialización del patrimonio cultural de la Sierra de Jalmich

Los primeros logros (los apoyos obtenidos, la feria del Queso Cotija, etc.), las invitaciones por parte de los asesores a entrar en el proyecto, y el interés y entusiasmo del núcleo inicial de rancheros despertaron el interés de otros productores de queso Cotija en la Sierra de Jalmich. En el 2002, se pidió a los municipios que convocara a los productores de queso Cotija para presentarles el proyecto. Se conformaron unos 25 grupos vecinales (informales), agrupando cada uno a 5-10 familias, con la idea de que se nombrara a un representante para cada grupo, que asistiera a las asambleas de la PSJ y llevara las solicitudes de su grupo e informara a los demás miembros de los avances. Eso permitió realizar un diagnóstico inicial, para definir los objetivos de la PSJ y su proyecto de desarrollo integral.

Así se juntaron nuevos productores al proyecto, conduciendo a la integración oficial en la ARPQC de unos 80 nuevos miembros a partir de Abril de 2004; en los años siguientes se integraron otros, llegando a un total de 99 en 2009¹⁹⁸. Las condiciones de entrada en la ARPQC eran sencillas: ser productor de queso Cotija genuino (tal como fue definido en las reglas de uso), ubicado en la Sierra

¹⁹⁷ Integrada por los tres asesores, la ARPQC y sus miembros fundadores, otros profesionistas implicados (el contador, etc.), y un conjunto de representantes de diferentes dependencias, esos últimos en calidad de “consejeros” o patrocinadores”, sin voto (véase en el anexo 6 el organigrama de la PSJ).

¹⁹⁸ Esa cifra es aproximativa, puesto que falta un seguimiento estricto y un manejo formal de la ARPQC. Tampoco se conoce el número de ranchos donde se produce queso Cotija; se estima a unos 200.

de Jalmich, solicitar su integración a la mesa directiva, obtener la aprobación de la asamblea de la ARPQC, y pagar una cuota de entrada de 500 pesos.

En base a los reclamos de los rancheros, que apuntaban todos los mismos problemas (caminos, agua, equipos e infraestructuras, cazadores, precios,...), y a las constataciones de los asesores (incluyendo además de esos problemas la cuestión de la calidad sanitaria, y la DO/MC como solución para revalorizar el queso Cotija), se diseñó la agenda de la PSJ, plasmada en el proyecto de “Potencialización del Patrimonio Cultural de la Sierra de Jalmich” (PSJ, 2004). La idea era que esos problemas no podían ser tratados uno a uno, sino que se debía avanzar simultáneamente en varios frentes, y considerarlos de manera sistémica. Se conformó entonces un plan rector para un “Proyecto Regional Integral para un Desarrollo Rural Sustentable y Localizado”, alrededor de 4 ejes centrales (organización, producción y calidad, gestión y financiamiento, comercialización) a partir de los cuales se desarrollaron diferentes acciones (Cuadro 3).

- ✚ Acompañamiento organizacional (Grupos Vecinales; ARPQC, municipios y PSJ);
- ✚ Arranque y operación de la Asociación Civil PSJ (comité directivo, reuniones, etc.);
- ✚ Infraestructura y servicios básicos (red de vías de comunicación, energía, vivienda y programas en general de atención social);
- ✚ Infraestructura de producción y equipamiento (medio ambiente, agostaderos, ganado, corrales de manejo, salas de ordeño, queserías, equipo de proceso y de control de calidad);
- ✚ Continuación y ampliación del programa de calidad y certificación (ampliación de la cobertura del programa de calidad a todos los municipios de la región, establecimiento de prácticas y verificación de su cumplimiento);
- ✚ Optimización agropecuaria (sustentabilidad del sistema de producción, sanidad animal y de los productos agropecuarios);
- ✚ Acompañamiento tecnológico y capacitación (hibridación de conocimientos, diseños, prototipos y propuestas de adecuaciones técnicas aplicables);
- ✚ Diseño y arranque de promoción y difusión;
- ✚ Continuidad de la Feria Regional del queso Cotija.;
- ✚ Desarrollo de líneas alternativas de comercialización;
- ✚ Registro de la Marca Colectiva y de la Denominación de Origen del queso Cotija.

Cuadro 3: Principales acciones del proyecto de “Potencialización del Patrimonio Cultural de la Sierra de Jalmich” (fuente: PSJ, 2004)

El CIATEJ elaboró un nuevo proyecto, financiado por CONACYT, para dar continuidad al trabajo sobre la calidad del queso Cotija (Chombo, 2008a y 2008b): “Diseño e implementación de un sistema de calidad e inocuidad de queso Cotija producido en la región de Origen” adaptado a una producción artesanal, lo mismo que se puntualiza en las reglas de uso de la MC (véase en el siguiente párrafo).

Ese proyecto se condujo entre 2004 y 2008, incluyendo la recolección y el análisis de muestras de leche y queso (con entrega de los resultados a los productores); cursos para los rancheros sobre higiene (de la ordeña a la maduración del queso); identificación, elaboración y aplicación de un sistema de calidad, y su evaluación en 10 ranchos. Unos 40 rancheros (con variaciones de un año al otro) de los diferentes municipios de la región (todos miembros de la ARPQC) participaron en el proyecto. La idea era de plantear un sistema de calidad híbrido, respetando las tradiciones de la Sierra y a la vez integrando nuevos elementos (equipos, procesos, prácticas) necesarios para la inserción del queso Cotija en mercados formales. Fue de alguna manera una evaluación prospectiva de las reglas de uso de la MC.

En paralelo, los rancheros consiguieron diferentes apoyos individuales y colectivos. A través de la PSJ, y en particular con acción de EB, se logró obtener recursos para el proyecto “Los caminos de la Esperanza en la Sierra Cotija-Tocumbo”, por parte del SUPLADER R-10 de la SEPLADE (Secretaría de Planificación para el Desarrollo, del gobierno de Michoacán), mediante el cual se realizó la rehabilitación de los 260 Km. de brechas (caminos)¹⁹⁹, la construcción de jagüeyes, y de dos puentes. El apoyo también fue movilizado para el registro de la MC, la organización de productores y la difusión del modelo de calidad en varios ranchos de los municipios michoacanos de Cotija y de Tocumbo.

Por otra parte se logró que los gobiernos de Jalisco y Michoacán apoyaran a los productores para la prueba de tuberculosis y brucelosis²⁰⁰. También se obtuvo diferentes apoyos individuales a través del FONAES, de SEDER-Jalisco, de SAGARPA y otros organismos (véase en la monografía 1), en la continuación de los primeros apoyos otorgados. Esos apoyos sirvieron para inversiones en infraestructuras y equipos (galera para ordeñar, equipos de queserías, etc.), pero también para inversiones productivas, en particular la compra de ganado, e incluso de terrenos. En un primer tiempo obtenidos gracias a la intermediación de los asesores, los apoyos fueron luego propuestos directamente a través del municipio o de oficinas estatales del gobierno de Jalisco (sin pasar ni por la ARPQC, ni por la PSJ). Por ejemplo, el SEDER-Jalisco ofreció un apoyo al grupo de rancheros de la cabecera de Santa María para construir una quesería (con planes definidos) en 15 días²⁰¹ ...

¹⁹⁹ Sin embargo el dinero no siempre cumplió con su finalidad, puesto que el recurso destinado a arreglar las brechas pasaba por la administración municipal, que a veces desvió el dinero hacia otros usos.

²⁰⁰ De 90 pesos/animal, el productor sólo paga 20 pesos para la prueba de tuberculosis y brucelosis, el resto lo paga el estado. Además, en Jalisco se ofrece 2000 pesos de compensación por animal positivo sacrificado. También se tuvo más cuidado para que los veterinarios a cargo de las pruebas cumplieran con sus compromisos.

²⁰¹ Les dieron un cheque para hacer su quesería, pero hubo dos problemas: había que comprobar (con facturas) la construcción del taller para queso antes de que se acabe el año (o sea en 15 días). Muchos se negaron

Los apoyos con FONAES, los más importantes, se consiguieron a través del consultor MG. Tras haber acompañado el grupo núcleo de Lourdes, empezó a trabajar con otros rancheros y estableció su despacho oficial en el 2005, con la creación de la empresa Cibeles, con sede en Quitupán. Trabajó en toda la parte jalisciense de la Sierra²⁰², con nuevos productores (pertenecientes o no a la ARPQC), interesados por esos apoyos, sobre todo cuando se supo que el gobierno había decidido condenar el reembolso de los montos otorgados.

El Colmich, a través el trabajo de EB, se involucró en diversos aspectos, además de la búsqueda de diversos recursos y apoyos. Elaboró diferentes mapas sobre la región, diseñó el logotipo par la MC y sacó diferentes publicaciones sobre la historia de la región y de su patrimonio cultural (en particular el queso). Se implicó fuertemente en los trámites para “pelear” la MC y la DO, y movilizó al gobierno de Michoacán a su lado. Participó de la difusión del renombre del queso Cotija a través de artículos de prensa, conferencias, y también de diferentes reclamos sobre la necesidad de reformar el marco legal y administrativo de las IG. También acompañó la formación de varias Unidades de Manejo Ambiental (UMA)²⁰³, para tratar de solucionar la cuestión de la cacería, e incluir la cuestión del patrimonio natural en el proyecto.

A pesar de los cambios sucesivos de gobierno y de partido en el municipio de Cotija, la Feria anual del queso Cotija se ha organizado cada año desde el 2000 en el pueblo de Cotija, bajo el impulso de RA, miembro fundador de la PSJ. Esas ferias han permitido redescubrir a nivel local este producto que se desconocía cada vez más, y “hacer ruido” sobre él. También los rancheros empezaron a participar en ferias en otras regiones del país (México, Querétaro), a través las invitaciones que se hizo a la ARPQC o la PSJ por diferentes organismos. Se comprobó así la existencia de un potencial de nichos de mercado para el queso Cotija, como un producto artesanal y “gourmet”, donde llegó a venderse hasta 200 pesos/Kg. En el año 2005 la PSJ organizó la primera cata oficial de quesos, con la presencia de 20 productores. Se definieron 6 criterios, junto con los productores, evaluados con una nota de 1 a 5: exterior (aspecto de la corteza), tamaño; proporción; color (amarillo, ocre); sabor; textura (al partirlo; de tajo o de grano). En la segunda cata (2006), vinieron 40 productores, y se eligió a 12 finalistas. Pero los productores empezaron después a cuestionar el hecho de que ellos mismos juzgaban los quesos, y que eso no era objetivo. Además, lamentaban que no hubiera consejos que acompañen la evaluación, para saber cómo mejorar para la próxima vez. Por

entonces a recibir el apoyo pensando no poder cumplir. Los que lo hicieron tuvieron problema ya que el diseño de la quesería propuesto no era adaptado a las condiciones climáticas locales.

²⁰² En cada estado, aun cuando los apoyos son federales, su aplicación depende de esquemas y políticas estatales. Así hay menos apoyos en el caso de Michoacán comparado a Jalisco, y además los consultores se “especializan” en general en una región.

²⁰³ Se formó primero una UMA piloto, y luego otras, en los municipios de Tocumbo y Santa María del Oro.

lo tanto empezaron a desinteresarse del evento: en el 2007 vinieron 15 productores, y en el 2008 sólo 7 productores, del mismo grupo (Tocumbo) se presentaron a la cata.

Mientras se desarrollaban en paralelo esos diferentes proyectos, bajo la coordinación de la PSJ, la obtención de una indicación geográfica se pensó como un eje articulador para esas diferentes acciones, como una manera de darles un sentido común. Por lo tanto se iniciaron rápidamente los trámites, en los primeros años del proceso.

5.2.2.3 Hacia una indicación geográfica para el queso Cotija

Es en un contexto de planteamiento y emergencia de un proyecto de desarrollo multidimensional y transversal (Barragán, 2003) que empezó el proceso para la obtención de una DO ante el Instituto Mexicano de Protección Industrial (IMPI) en el 2002. Frente a esa solicitud, primero informal, el IMPI no supo bien que hacer: era la primera vez que tal solicitud se hacía para un producto alimenticio artesanal, y sin que fuera la iniciativa de una administración estatal. Aconsejó que la ARPQC registrara una marca colectiva (MC), menos exigente para su obtención y más “fácil de gestionar” para el IMPI. El 28 de abril del 2003, la ARPQC entregó su solicitud para una marca colectiva “queso Cotija”. Pero el IMPI se negaba a registrar la denominación geográfica “Cotija” como marca. Se propuso entonces de registrar la MC “Cotija región de origen”, una clase de arreglo más o menos legal (ya que incluye la palabra “Cotija”, que según la ley de propiedad industrial no puede ser parte de una marca por ser una denominación geográfica), que permitía usar la palabra “Cotija” en la marca, pero sin reservar la exclusividad de su uso. Siguió una serie de problemas²⁰⁴ y lentitud administrativa. La oficina regional del IMPI de Guadalajara sostuvo el proyecto de MC pero a nivel central, donde se tomaban las decisiones, el apoyo pareció menos evidente²⁰⁵. Así hubo que esperar más de año y medio, en lugar del plazo oficial de seis meses previstos por la ley, para que la MC sea finalmente registrada el 22 de febrero del 2005 a nombre de la ARPQC. El apoyo político y jurídico de las autoridades estatales, especialmente del estado de Michoacán, resultó ser muy importante para su obtención.

Pero para la PSJ, la MC era un objetivo intermedio, previo al reconocimiento de una DO. De hecho, las reglas de uso de la MC se elaboraron siguiendo el modelo de un pliego de condiciones de DO, con la voluntad de plasmar en ellas los principales elementos de la tradición quesera ranchera (Álvarez *et al.*, 2004), bajo el lema “*la tradición convertida en regla*” (ver las reglas de uso en el anexo

²⁰⁴ En particular por el hecho de que el IMPI había recibido dos solicitudes para registrar las marcas “queso cotijita” y “cotija”, por personas que se había enterado del proyecto y querría acaparar la marca “Cotija”.

²⁰⁵ Entre otro porque los productores industriales de queso tipo Cotija, y los estados donde se produce grandes volúmenes de ese queso (Chiapas en particular), no veían como algo bueno que se reservará la denominación “Cotija” para los productores de la Sierra de Jalmich.

7). El 20 de abril del 2004, mientras seguía en proceso la evaluación de la MC por el IMPI, la PSJ entregó una solicitud de DO (también con la idea de mostrar su determinación). La solicitud era completa según los términos definidos por la ley de propiedad industrial de 1994: denominación, descripción del área de producción y del producto, anclaje territorial, historia, etc.

Otra vez se presentaron diversos problemas burocráticos²⁰⁶. La argumentación y las acciones del IMPI no fueron siempre ni claras ni explícitas, planteando una cuestión de mala voluntad o de su desconcierto frente a una situación desconocida que no cabía en su ámbito habitual. Al contrario de lo que prevé la ley, la publicación de la solicitud no se realizó, a pesar de ser completa; y ningún debate público tuvo lugar. La respuesta negativa del IMPI fue transmitida a la PSJ el 22 de noviembre del 2004. El IMPI invocaba la falta de organización de los productores, la necesidad de forma un consejo regulador y de tener una NOM (Norma Oficial Mexicana) (aunque la ley no lo exige explícitamente, y que en otros casos de reconocimiento de DO el IMPI no se mostró tan exigente...). Pero su principal argumento fue que consideraba “queso Cotija” como una denominación genérica, en el marco de su uso para el queso tipo Cotija. Analizaremos en la discusión los fundamentos y consecuencias de tal decisión. A pesar del rechazo de la DO, y apoyándose en la obtención de la MC, el proceso de calificación y los diversos proyectos generados siguieron e incluso se reforzaron. La obtención de un premio en un concurso en Italia constituyó de hecho un momento clave, que iba a sacar el queso Cotija del anonimato y desencadenar una serie de proyectos, y acciones.

En efecto, en el 2006, el queso Cotija, a través de la PSJ, fue invitado a participar a un concurso de en Cremona, Italia. Con el apoyo del gobierno de Michoacán, RA, presidente de la PSJ, y el presidente de la ARPQC, JV, fueron al concurso con una pieza de queso de dos años, que ganó el premio de “Mejor queso extranjero” en el Campeonato mundial de quesos de calidad de Cremona, Italia, el 12 de noviembre del 2006. Ese premio tuvo repercusión muy importante y fue ampliamente difundido en la prensa regional. Participó en el reconocimiento del queso, y poco a poco, se olvidó el título del premio, que quedó en la mente como premio al “mejor queso del mundo”. El casi olvidado queso Cotija de los no menos olvidados rancheros se volvió una “estrella”, escuchándose el rumor que iba a viajar al espacio²⁰⁷, o que el obispo de Cotija había regalado un queso al Papa en su viaje a Roma, y logrando que en un evento destinado a celebrar la marca colectiva y el premio acudieron los

²⁰⁶ Por ejemplo, después de haber dicho que se necesitaba conformar una Asociación Civil para solicitar una DO, lo que motivó en parte la constitución de la PSJ, el IMPI rechazó esa solicitud por motivo que la PSJ no podía hacerlo por no tener el “interés jurídico” requerido por la ley. La PSJ demostró que ese argumento no era válido, puesto que integraba productores, dependencias y organismos públicos, todos con el interés jurídico para solicitar una DO.

²⁰⁷ Se decía que un astronauta mexicano, casado con una persona oriunda de Cotija, se había llevado o se iba a llevar un pedazo de queso Cotija al espacio...

dos gobernadores de Jalisco y Michoacán en el mismo escenario, ambos reivindicando raíces rancheras.

El proceso de calificación tomó entonces cada vez más importancia, permitiendo diferentes avances individuales y colectivos. Nuevos productores se integraron, y nuevos proyectos se establecieron. El premio en Italia en el 2006 va a constituir una etapa clave, una transición hacia una nueva etapa que va elevar el caso del queso Cotija a nivel de ejemplo y atraer la atención de mucha gente, con intenciones diversas.

5.2.3 Nuevos proyectos y actores: ¿entre oportunidades y oportunismo?

Este apartado se interesa a la segunda fase del proceso de calificación del queso Cotija, en la cual se dan una serie de proyectos, en la continuidad de lo ya cumplido, de forma complementaria, o al contrario a veces a contra-corriente, generando discontinuidad y conflictos. En ese contexto se revelan la divergencia de los intereses y visiones, y hacen emerger cuestiones que no habían sido tomadas en cuenta, o escasamente, en la primera fase del proceso.

5.2.3.1 El papel de las entidades públicas: cooperación, freno y oportunismo político

Algunas autoridades municipales han visto con el queso Cotija una oportunidad para desarrollar proyectos, y aprovechar la fama del queso Cotija. En Cotija, se dedicó una sala del museo municipal a la historia del queso Cotija, de los ranchos y de los arrieros. Así los diferentes equipos que se sucedieron en Cotija siempre mantuvieron la Feria del Queso Cotija, como vitrina para el pueblo. Pero hubo varios cambios, dándole un giro más comercial, y tratando de apartar RA de su organización. Se dejó de hacer conferencias, pláticas, etc. y se dio una coloración más comercial²⁰⁸, incluyendo la feria dentro de las fiestas anuales del pueblo, en lugar de mantener la identidad específica de ese evento. Sin embargo el involucramiento cada vez más fuerte del gobierno de Michoacán, junto con la PSJ, en particular a través de financiamientos, incentivó la reactivación de la feria y de los diferentes eventos relacionados. En fin, los presidentes municipales ofrecieron algunas ayudas puntuales, como la entrega de semilla de pastos mejorados, etc. En el caso de Tocumbo, no se desarrolló acciones específicas para valorizar el queso Cotija.

Los municipios jaliscienses (Santa María, Jilotlán, Quitupán) empezaron realmente a interesarse por el proyecto tras la obtención de la MC y del premio en Italia. En su discurso, los funcionarios municipales afirman haberle “*apostado mucho*” al queso Cotija, aunque en la realidad su acción fue

²⁰⁸ La alcaldía incluso trató de cobrar a los rancheros para que vendan su queso

poco decisiva y muy variable, y a menudo más oportunista que de largo plazo²⁰⁹. Apenas se menciona el queso Cotija en los informes municipales (sin autor, 2007a, 2007b, 2007c), sin plantear una estrategia o un proyecto particular. A menudo las autoridades municipales ni se han apropiado del producto, que casi no se ostenta durante los eventos de la vida municipal (en las comidas que organizan, en las reuniones, etc.), excepto en el caso de la feria de Cotija. De lado michoacano, los problemas son similares. Debido a su escasa capacidad para plantear un proyecto y darle continuidad, los ayuntamientos tratan de recuperar y apropiarse lo que ya ha sido realizado y planteado, sin coordinarse con la PSJ, la ARPQC y los 3A; mientras que se suponía, al plantear la PSJ, que los 6 municipios debían hacer el vínculo entre los productores y las otras instancias públicas. Lo hicieron a veces, pero también hicieron lo contrario al retener apoyos destinados a arreglar los caminos, o no dar su visto bueno para la atribución de apoyos propuestos por SEDESOL para la construcción de queserías.

A nivel de la implicación de las instancias estatales, ha sido diferente para cada estado. Si el gobierno de Jalisco propuso más apoyos a través de FONAES, SEDESOL o el SEDER, lo hizo al margen de las organizaciones representativas (ARPQC y PSJ). Actuó directamente con los rancheros, o a través de los municipios. Por su parte, el gobierno de Michoacán propuso menos apoyos directos, pero su apoyo fue más concentrado en aspectos colectivos (caminos; viaje a Italia para el concurso; ferias) y sobre todo en apoyar política y jurídicamente a la PSJ y la ARPQC (obtención de la MC²¹⁰; proyecto de norma; movilización de los senadores sobre la cuestión de las IG y de los quesos de leche cruda²¹¹). La continuidad política en el gobierno del estado de Michoacán permitió dar continuidad a la colaboración entre la PSJ (especialmente a través de EB) y funcionarios de la SEDECO, a pesar del cambio de equipo en el 2007. Desde finales del año 2008, el gobierno de Michoacán también empezó a apoyar individualmente a los rancheros, entregando equipos de quesería (en acero inoxidable) a unos 10 rancheros de Cotija y Tocumbo. En noviembre del 2009, el gobierno estatal organizó la primera feria del queso artesanal en Morelia, donde acudieron 6 productores de la ARPQC. Pero al final del 2009 se dio un cambio en cuanto a los responsables del proyecto Cotija en el gobierno, lo que dio lugar a unas dificultades y rompió parte de la sinergia entre el gobierno estatal y los

²⁰⁹ El hecho de que el gobierno municipal cambia cada 3 años no favorece de hecho la proyección a largo plazo...

²¹⁰ Y de otras MC; véase en <http://www.marcasmichoacanas.com.mx/politica-publica.php>.

²¹¹ Ver la propuesta del senador PRD de incluir la figura de "indicación geográfica" como denominación de origen, y crear una comisión y un registro nacional, en el 2010, retomando la propuesta de E. Barragán.

http://comunicacion.senado.gob.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=17316&Itemid=80

También se creó en 2008 el Programa de Gestión de la Propiedad Industrial (Promiorigen) dentro de la SEDECO (http://sedeco.michoacan.gob.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=240&Itemid=273)

Ver también, en el 2009, la solicitud del senador PRD de Michoacán para que no se obligue a pasteurizar la leche par el queso Cotija; <http://www.senado.gob.mx/index.php?ver=sp&mn=2&sm=2&id=1777&lg=61>

proyectos en la forma que se habían manejado hasta la fecha. La participación del estado de Michoacán tomó entonces una coloración más política y popularista, desvinculándose del Colmich y del trabajo de los 3A.

Frente a la dispersión de los intereses, se trató de conformar un comité interestatal para apoyar el queso Cotija y evitar la dispersión, las incomprensiones y la descoordinación entre los diferentes proyectos. El 17 de febrero del 2006 se hizo la primera reunión del comité, pero nunca logró realmente arrancar, a pesar de varias tentativas. Así, el principal ente coordinador fue la PSJ, a pesar de las dificultades para efectivamente integrar en su seno a los diferentes involucrados (tal como se preveía en el organigrama disponible en anexo 6), más allá de los 3 asesores.

5.2.3.2 El difícil reto de la comercialización: constitución y primeros pasos del Mesón

Tras la obtención de la MC y con la fama creciente del queso Cotija, el próximo reto para la PSJ y los 3A era avanzar a nivel de la comercialización del queso con MC, idea compartida por los rancheros y sus representantes de la ARPQC. La meta era lograr valorizar más el producto, vigilar el uso adecuado de la MC, y progresivamente desarrollar la autonomía de la ARPQC (vía su capitalización y autofinanciamiento). Pero la cuestión era cómo. La PSJ planteó la posibilidad de crear un centro de acopio, el “Mesón”²¹² del Queso Cotija”, con la idea de acopiar y comercializar unas 20 t de quesos, y servir de referencia para otros centros de acopio potenciales. Un problema esencial consistía en saber que estatuto y forma debe adoptar el Mesón. Primero se pensó hacer un Centro de Articulación Productiva (CAP) (CCDER, 2005). Pero luego, los CAP “pasaron de moda” y al final la PSJ obtuvo un financiamiento por parte del gobierno de Michoacán para hacer un Centro de Innovación Tecnológico (CIT)²¹³. La idea era transformar la PSJ en un CIT, dedicándose a coordinar la certificación y el uso de la MC, así como el acopio y la comercialización de una parte de la producción de queso Cotija.

Al origen se pensaba hacer del Mesón, además de una unidad de acopio y comercialización, un centro de compra y venta de insumos para los socios de la ARPQC, una cooperativa para la venta de los becerros, un laboratorio de análisis, un centro ecoturístico, y un restaurante. La visión ideal se relacionaba con la formación de una cooperativa. El proyecto del Mesón se inscribía también en la

²¹² El término “mesón” designaba tradicionalmente los albergues donde descansaban los arrieros.

²¹³ CAP, CIT son diferentes denominaciones utilizadas por los planificadores de las políticas de fomento económico para nombrar una figura que debe ser capital en el desempeño de esas políticas. Pero concretamente, se tratan a menudo más bien de denominaciones superficiales, conceptualizados sin contextualización, y que cambia a cada elección, y que se usa en general para esconder el carácter poco novedoso y escasos de la política hacia un sector.

necesidad de establecer una forma de regulación y control, una especie de Consejo Regulador (CR) para la MC²¹⁴, en conjunto con el autocontrol ejercido por los rancheros y la ARPQC²¹⁵. Pero por falta de recursos, no se pudo cumplir con todas esas metas. Se pensó entonces proponer la participación de los productores; sin embargo, dado los riesgos de la operación y la baja capacidad de inversión de los ranchos, se implicaron nada más los 3 asesores, y otras personas vinculadas con el proyecto (investigadores e ingenieros del CIATEJ y del Colmich, el contador de la ARPQC y PSJ). Además, el proyecto a los productores no despertó mucho interés por su parte, y al final sólo un productor entró en el proyecto así como un ex-productor. Pero la idea de los 3A era que poco a poco se pudieran integrar productores de queso (y solo productores de queso) si lo deseaban, pensando el Mesón como un experimento (sobre condiciones de acopio, logística, etc.), que podía servir de ejemplo para otras iniciativas de los rancheros.

Así, para empezar a comprar queso y evitar esperar demasiado para que no se desanimen los productores, unas 6 personas invirtieron para comprar 2 t de queso, a 100 pesos/Kg, al final del año 2006. Se compró la producción de 5 rancheros, seleccionados por ser integrantes de la ARPQC cumpliendo las reglas de uso, y por haber llegado en los primeros lugares en la cata. Como no se había logrado obtener un financiamiento para el Mesón, se rentó un local, pero no se pudo sostener, y entonces almacenaron el queso en una bodega en el pueblo. Al final del 2007, se había vendido tan sólo 0.6 t de queso (y se perdió una parte del queso, por problemas de hongos y mohos); pero se compró otras 3.5 t a 100 pesos/Kg., para tratar de seguir desarrollando esa opción, con casi los mismos queseros. En enero del 2008, se había arreglado un local para almacenar el queso, en un lugar puesto a disposición por RA (para ahorrar la compra de un terreno). Se consiguió un apoyo de unos 500,000 pesos (vía la PSJ) del gobierno de Michoacán, para arreglar el cuarto (100,000 pesos) y comprar los equipos necesarios (para empacar, pesar, etc.). El Mesón también organizó la venta de queso de los rancheros a la administración del estado de Michoacán, ofreciendo sus servicios para

²¹⁴ Según las reglas de uso de la MC, la vigilancia y el control del uso de la MC es bajo el control conjunto de la ARPQC y la PSJ: *“La Asociación se apoyará en Pro Sierra de JalMich, A. C. para todos los asuntos relativos a la verificación y certificación de la calidad y la inocuidad del queso, y para asegurar el cumplimiento de cada parte del proceso de producción y de las características y calidad del producto”* (Álvarez et al., 2004: 9). La PSJ solicitó el apoyo del Consejo Regulador del Tequila para acompañar la formación de su propio consejo. Así, el CRT participó a la feria del Queso Cotija en el 2009, y aceptó apoyar el queso Cotija (véase en sin autor, 2010A y 2010b). Si ese hermanamiento podría parecer “contra-natura” entre dos maneras de concebir las IG muy diferentes, podría revelarse estratégica para el queso Cotija, dado la importancia y el peso político, económico y simbólico de la DO Tequila. De hecho, el IMPI, durante el cumpleaños del CRT, donde se invitó a representantes del queso Cotija, o en otros foros, ya empezó a cambiar de discurso, afirmando que faltaba poco para que se otorgue una DO al queso Cotija...

²¹⁵ Una opción pensada por los actores del Mesón sería de certificar el proveedor, en este caso el Mesón, en lugar de certificar directamente los ranchos. Esa opción sería más sencilla y menos costosa.

preparar los pedidos (cortar y empacar los quesos)²¹⁶. En fin se propuso guardar el queso de los rancheros que lo desearan (aparte del queso que compró el Mesón) para un costo de 0.5 pesos/día/pieza²¹⁷, y la posibilidad de utilizar los equipos del Mesón para preparar los pedidos.

El Mesón se constituyó oficialmente en abril del 2008 como empresa, dedicada a acopiar queso y otros productos de “alta calidad”, con 9 socios. La gerencia fue asumida por EB, quien al final prefirió no quedar como socio. El estatuto del Mesón es un poco ambiguo; de un lado es una empresa privada, distinto de la asociación civil PSJ, que reúne varios socios, algunos de ellos miembros de la PSJ; por otro lado, con el planteamiento de que sirva de ejemplo, de modelo para otros centros y para explorar nuevas vías de acopio y comercialización, recibió un apoyo, el material y los equipos que utiliza siendo la propiedad de la PSJ. Esa ambigüedad generara incomprendiones y sospechas por parte de los productores, como lo veremos más adelante.

En diciembre del 2008, el Mesón volvió a comprar queso, unas 2.5 t, a 100 pesos/Kg; pero de las 8 toneladas compradas desde 2006, solo se había vendido la mitad. A nivel económico, el Mesón al final del año 2009 no se había recuperado de sus deudas, y trataba conseguir diferentes créditos²¹⁸, en particular por parte del gobierno de Michoacán. Sin embargo, con las expectativas de desarrollar diferentes mercados, y reforzar el vínculo entre el Mesón y los productores, se compró 7.5 t entre diciembre de 2009 y enero 2010, con 13 productores diferentes de todas las zonas de producción (Tocumbo, Santa María, Jilotlán, Cotija y Quitupán). Así, en enero de 2010, se tenía almacenado unas 10.5 t de queso Cotija, de 4 años diferentes.

EB se involucró cada vez más en el desarrollo de la parte comercial, y elaboró un proyecto en el marco del Colmich para trabajar en el posicionamiento de la MC y la apertura de mercados. Se puso en contacto con chefs (algunos de ellos miembros de Slow Food), distribuidores de productos “gourmet”, restaurantes, para formar una red alrededor del queso Cotija, y presentó el queso en diferentes eventos nacional o internacionales (ver por ejemplo Barragán, 2009²¹⁹). Se interrogó sobre la construcción del precio, integrando la cuestión de la repartición del valor entre los diferentes

²¹⁶ Los rancheros no entendieron porque les cobraba una cuota para pagar las bolsas y la mano de obra. Para algunos, eso debe ser un servicio, no algo que les cueste.

²¹⁷ Tres productores dejaron su queso al Mesón, quien al final no les cobró nada y compró el queso.

²¹⁸ Según EB, el fondo PYMES es totalmente inadecuado para responder a las necesidades de PYMES agroalimentarias, dado que las garantías que se debe aportar (de 1.5 hasta 2 veces equivalentes al monto solicitado) y las tasas de interés (18% anual), sin hablar de las obligaciones contables y administrativas para su obtención. Su atribución puede entonces depender más de relaciones clientelistas que del valor intrínseco del proyecto.

²¹⁹ EB llevó también un queso Cotija en Kenya, donde participó a eventos relacionados a la clasificación por la UNESCO de la “cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva” (destacando en particular el “paradigma de Michoacán”).

involucrados. En el 2009, se logró contactos con la cadena de restaurantes “Sanborns”²²⁰, que compró 500 trozos de un Kg. de queso Cotija a un precio de 200 pesos/Kg. También se introdujo, con el apoyo del gobierno de Michoacán, el queso Cotija, con MC, en las seis tiendas de lujo “Palacio de Hierro”²²¹ en el DF. El Mesón vendió el queso a 220 pesos/Kg., ya trozado y empacado, y el queso se propuso a la venta a 286 pesos/Kg. Introdujo también queso Cotija en las tiendas de la UNAM (vendido a 200 pesos/Kg. por el Mesón y comercializado por las tiendas a 230 pesos/Kg). En fin se vendió una parte a través de pequeños intermediarios, en particular los chefs, que compraron queso a 170 pesos/Kg. al Mesón y lo vendieron a 220 pesos/Kg. Los chefs han hecho un trabajo de promoción importante, poniendo en contacto a la gente con el producto y el proveedor, y favoreciendo así la difusión del queso Cotija. Así se fue probando todo un abanico de canales de comercialización diferentes, cada uno con sus características propias, con la idea de ensayar y ajustar nuevos canales. A partir de agosto del 2009, se trabajó también en la apertura de un canal de venta más importante, para entrar en una gran cadena nacional de supermercados (ver en anexo 8 para una descripción detallada). Sin embargo el comportamiento oportunista o incluso deshonesto de algunos, impidió lograr abrir este canal. La cadena de supermercados sigue interesado por comercializar el queso Cotija, pero eso requiere una organización, una logística y una capacidad de inversión que no tenía hasta la fecha el Mesón (sin mencionar todos los riesgos y costos vinculados con la comercialización en supermercados: promociones, rechazos, etc.). Al final, este ejemplo mostró que la comercialización vía grandes cadenas de supermercados era un canal muy exigente (volúmenes, inversiones, garantías financieras, promociones registro como proveedor y administración de los pedidos, precio final muy elevado, etc.), y que tal vez no fuera el más adecuado para el queso Cotija, por lo menos en la situación actual. En efecto se debe en primer lugar desarrollar y asentar un mercado para el queso Cotija, lo cual implica un trabajo particular, que por ejemplo cumplen los chefs mencionados.

Por su parte, el gobierno michoacano propuso en el 2009 integrar los productores de queso Cotija en el proyecto “@tienda”²²², una especie empresa mixta privada/pública destinada a vincular los productores michoacanos con las tiendas, a partir de un centro de acopio. Sin embargo, ese proyecto se quedó, como muchos otros, a nivel de palabras e intenciones, desvinculado de las

²²⁰ Sanborns propuso un platillo con queso Cotija, con una receta elaborada por una chef miembro de Slow Food, que impuso que se haga con queso Cotija Región de origen

²²¹ Si esos elementos se pueden considerar como un gran avance, al penetrar en nuevos sectores de la economía, tuvieron límites. Así, en Sanborns, hicieron un platillo supuestamente con queso Cotija donde había muy poco queso Cotija, e incluso en algunos casos había otro queso, pues habían comprado un Kg. por restaurante para un mes... En el Palacio de Hierro, se propuso el queso Cotija, pero sin ninguna promoción ni capacitación de los vendedores. Al pedir queso Cotija, a los vendedores, propusieron todos los diferentes quesos tipo Cotija, antes del queso Cotija Región de origen.

²²² Ver http://sedeco.michoacan.gob.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=238&Itemid=251

necesidades y posibilidades efectivas de los productores. En el 2010, el gobierno michoacano proponía a los productores formar e integrar una cooperativa para la comercialización, en un proyecto más apoyado en una retórica política (rechazo de los intermediarios, hacer de los productores verdaderos empresarios, etc.).

Los esfuerzos de la PSJ se concentraron entonces, tras la obtención de la MC, y otros logros vinculados al proyecto, en abrir nuevos mercados, vía el Mesón. Los asesores se implicaron directamente para abrir nuevos canales de comercialización, y tratar de formar una empresa para la intermediación entre el mercado formal y los productores. Junto con las dificultades intrínsecas a tal operación comercial y al arranque del Mesón (desequilibrio financiero; no cumplimiento de todos los objetivos iniciales), se generaron otros problemas que afectaron el proceso de calificación en su conjunto, en particular a nivel de la relación entre los asesores y los productores. Esa división se reforzó y se reveló a raíz del intento de una empresa estadounidense de firmar un contrato con la ARPQC para exportar queso en EE.UU.

5.2.3.3 Ilusiones y desilusiones alrededor de un proyecto de exportación

Como ya dijimos, tras el reconocimiento del queso Cotija a través de la MC y del premio conseguido en Italia, se planteó como principal reto su comercialización y valorización. Ese reconocimiento despertó muchas esperanzas por parte de los productores (quien pensaron entonces tener un producto que ya de por sí valía “oro”), y también atrajo diversos actores, con diversas motivaciones y visiones.

En el 2007, durante el evento para celebrar la marca y el premio, vinieron representantes de un la organización “Comercio Justo”. Firmaron un convenio con el estado de Michoacán para colaborar sobre la comercialización de productos michoacanos en el extranjero, en la lógica del Comercio Justo (es decir productos certificados por la garantía de una repartición más equitativa del valor en la cadena, y de acuerdo con los planteamientos del desarrollo sustentable) (Semanao Guía, 2007; Juárez N., 2007). Propusieron certificar el queso Cotija, en cambio de un pago que representaba el 2% del precio de venta. Para los 3 asesores, esa proposición parecía interesante pero no era realmente lo que se necesitaba; no resolvía la cuestión fundamental: ¿donde vender con el queso con marca, y obtener un precio suficiente alto?; ¿cómo garantizar cierta calidad, vía el respeto de las reglas de uso? Pero los productores presentes (en particular los líderes de la ARPQC, del núcleo inicial), al escuchar las palabras “exportación” y “precio justo”, pensaron que la propuesta era más concreta, y no entendieron la reacción de sus asesores. Empezó así a emerger el sentimiento (que luego se transformaría en verdaderos rumores) de que los 3 A tenían intereses propios (económicos) en cuanto al queso Cotija, y que su actitud era sospechosa.

Poco tiempo después, un señor de origen mexicano, residente en EE.UU., Don F., se interesó por el queso Cotija. Su empresa “Del Norte Distributors”²²³, de Santa Rosa en California (que es de hecho una destinación común de los emigrantes de la Sierra), propuso a los dirigentes de la ARPQC firmar un contrato para la comercialización del queso Cotija con MC en EE.UU. Ese contrato presentaba cierta asimetría, en desfavor de la ARPQC, a pesar de un precio *a priori* bastante atractivo (130 pesos/Kg.) (véase en el anexo 9 una presentación de los principales elementos del contrato).

Don F. se quedó un año viviendo en un rancho de la Sierra para intentar convencer a los productores que firmaran el contrato. Organizó juntas, entre 2007 y 2008, para presentar su proyecto, y solicitar la firma de un contrato entre la ARPQC y su empresa. Pero algunos productores y miembros directivos de la ARPQC (el presidente de la ARPQC en particular) no estaban de acuerdo para firmar ese contrato, que parecía bastante desfavorable. Los 3A y también las autoridades municipales les aconsejaban en ese sentido. Sin embargo, muchos sólo veían la oportunidad tan soñada de exportar a EE.UU. con un precio bastante elevado (obviamente sin tomar en cuenta los diversos costos e impuestos), y unos productores hicieron un trabajo activo para convencer a sus compañeros de la necesidad de firmar el contrato. Pero frente a las oposiciones, Don F. adoptó entonces una estrategia más ofensiva: explicó que los asesores sólo querrían impedir que los rancheros hicieran un buen negocio, para poder apropiarse el queso y la marca y manejar el negocio²²⁴; hizo muchas promesas a los productores (obtención de mayores apoyos individuales y colectivos; hasta la construcción de una carretera en el medio de la Sierra, gracias a sus supuestos contactos con políticos de alto rango...); y se implicó en el cambio de la mesa directiva para obtener la elección de una mesa directiva a favor del contrato que proponía.

Se organizó una asamblea extraordinaria de la ARPQC en abril del 2008, tras una primera convocatoria²²⁵. Algunos productores avisaron a la PSJ, quien solicitó el apoyo de SEDECO Michoacán, para tratar de tranquilizar las cosas. Fue lo que se logró, pues la convocatoria no había

²²³ Cabe destacar la capacidad evocadora de este nombre, puesto que la expresión “los del Norte” designa en México los que se fueron a EE.UU., y que mandan dinero y regalos a los que se quedan. Gozan de cierto reconocimiento, y la mayor parte de los jóvenes quieren irse a EE.UU. Los productores además se imaginan poder venderles directamente sus quesos, “en dólares”, y conseguir así altos precios. Así la expresión “del Norte” evoca en el imaginario de la Sierra el éxito económico, y cierto reconocimiento social.

²²⁴ Dijo por ejemplo que las muestras recolectadas por el CIATEJ eran parte de una estrategia de PC para seleccionar los quesos que iban a vender. Después de lo que pasó alrededor de la visita de la organización Comercio Justo, y dado con los primeros pasos del Mesón, los rancheros empezaron a creer cada vez más que los asesores se habían vuelto un freno, e incluso para los más radicales un enemigo. Esa visión se ancló en particular en el núcleo inicial de la ARPQC y los productores cercanos, pero mucho menos en otros grupos.

²²⁵ Con la idea de que con una segunda convocatoria se podía decidir sin la constriñas de tener el “quórum legal”. En efecto, para que las decisiones tomadas en asamblea sean válidas, se requiere la presencia de un mínimo de dos tercios de los socios. Si no es el caso, se hace una segunda convocatoria, para la cual ya no es necesario ese requisito para tomar decisiones, a condición que las dos convocatorias hayan sido bien y lealmente hechas, es decir que cada miembro haya sido informado.

sido extensa, lo que impedía que la asamblea pueda tomar decisiones. Se propuso además que un Corredor Público revisara la legalidad y el contenido del contrato.

Se previó entonces organizar una reunión el 18 de mayo, con el compromiso de Don F. de llevar su propuesta de contrato para su revisión, y los permisos de importación de la autoridades sanitarias estadounidenses (FDA) que pretendía tener. Por falta del quórum legal (32 asistentes), se hizo una segunda convocatoria, en la cual acudieron 42 productores. Don F. no llevó los documentos solicitados, y los productores quisieron pasar directamente al cambio de mesa. Por casualidad y debido a la gran división y confusión entre los productores, quedó como presidente un productor de Santa María, opuesto a la firma del contrato, perdiendo así en parte el control de la ARPQC el núcleo inicial. Para evitar tensiones, se trató de repartir los otros puestos de la mesa directiva entre los diferentes grupos geográficos y grupos opuestos. La nueva mesa directiva decidió, como la precedente, de no firmar el contrato, y planteó diversos problemas, en particular la cuestión de una cuota para los gastos de la ARPQC, le necesidad de avanzar en la comercialización y de hacer otros centros de acopio (bajo el modelo del Mesón). Después del cambio de mesa directiva, Don F. siguió unos meses más en la Sierra, organizando charlas informales y visitando con frecuencia a los productores. Según los productores, casi no compró queso, o muy poco, pues siempre se rehusó a comprar queso de forma individual. Sin embargo, un artículo del San Francisco Gate de abril del 2009, reportaba que la empresa Del Norte Distributors comercializaba el “queso Cotija de Montaña” (presentado como el “Mexico’s Parmesan”) (Fletcher, 2009). El responsable de la empresa se reivindicó en este artículo como el único importador “legal” de tal queso, que diferenciaba del queso tipo Cotija hecho en México o en EE.UU. (producción estacional, etc.), pero según los productores entrevistados nunca compró queso.

Ese proyecto de exportación al final no generó ningún avance significativo para el queso Cotija y sus productores. Al contrario creó conflictos importantes entre productores, y sobre todo entre ellos y los 3 asesores. Reveló una especie de divorcio implícito que se estaba dando desde el premio logrado en Italia y la desconfianza que se instalaba. Los rancheros, con los reconocimientos obtenidos, pensaban que ya era la hora de empezar a aprovechar la calificación del queso Cotija de manera más concreta, sin considerar los diferentes desafíos a enfrentar, y menos de decidir enfrentarlos de manera colectiva. Otro proyecto, hecho dentro del programa de Gran Alianza, ilustra esta nueva dirección, hacia una mayor más autonomía de los productores, pero también hacia una mayor dispersión y confusión en el sentido general del proceso de calificación y de las diferentes visiones que articulaba al principio.

5.2.3.4 La dinámica de la “Gran Alianza”: ¿reapropiación por los productores, o recuperación política?

Animados por los avances del proyecto y las buenas perspectivas para la revalorización del queso Cotija, los líderes de la ARPQC buscaron desarrollar proyectos propios, y en particular encontrar soluciones para poder exportar un producto que para ellos tiene ahora una dimensión mundial (entrevista con un quesero, Cotija, 2008). Bajo la iniciativa de JV, presidente de la ARPQC de su creación hasta 2008, y de las autoridades de los tres municipios jaliscienses, se solicitó en el 2007 un apoyo del gobierno estatal de Jalisco para un proyecto de gran envergadura. Primero, el gobierno propuso hacer una quesería colectiva en Lagunillas (entre Cotija y Quitupán), donde los rancheros pudieran entregar su leche²²⁶. Pero al final se dejó esa idea, costosa y poca adecuada, antes de ser retomada en otro proyecto.

En junio del 2007, las autoridades municipales contactaron a un “consultor-investigador”, GB, especialista en biotecnología e integrante de diversas instituciones (Cámara de Industrias Alimenticias de Jalisco, consejo consultativo del DIF a nivel estatal, etc.), por recomendación de la SEPROE (Secretaría de Promoción Económica) del estado de Jalisco. GB propuso encargarse del proyecto e insertarlo en la dinámica de la “Gran Alianza”²²⁷ para Jalisco, a través de su empresa de investigación y desarrollo tecnológico “Bustar Alimentos”. Se firmó oficialmente el convenio para la integración de ese proyecto en la agenda de la Gran Alianza (en la mesa regional 5-Sureste, en la temática Educación-empresa), convenio que constituía una declaración de interés, pero no previa a un financiamiento particular. Se propuso la elaboración de un plan de negocio realizado por Bustar Alimentos, para el cual los municipios y los rancheros aportaron fondos a finales del 2007 (en total se requería 68,000 pesos por municipio). En el caso de Santa María y Jilotlán, el ayuntamiento pagó 33,000 pesos, y los productores el resto (o sea unos 1,000 pesos por productor); en Quitupán, el ayuntamiento asumió todo los gastos. En total, se integraron 85 productores de los 3 municipios, socios o no de la ARPQC (40 de Jilotlán, 20 de Santa María, y 25 de Quitupán). Luego se amplió el proyecto a Tamazula y Valle de Juárez, por solicitud de productores de queso tipo Cotija (fuera del área MC) y sus ayuntamientos.

²²⁶ Este proyecto de quesería colectiva se basaba en la idea de mutualizar y externalizar el trabajo y las responsabilidades en cuanto a la producción y comercialización del queso. Pero no tomaba en cuenta muchos elementos desfavorables. En efecto sería muy difícil llevar la leche todos los días a una quesería, dado el aislamiento de los ranchos y su esparcimiento en la Sierra, y generaría más problemas sanitarios. Además, sería un primer paso hacia la pérdida del valor agregado, vinculado con el queso más que a la leche. Y sobre todo sería una apertura hacia la industrialización de la elaboración del queso y significaría la desaparición de una organización de la producción que confiere al producto su calidad territorial. Ese modelo de producción parece difícilmente compatible con el sistema de producción ranchero, sin mencionar las dificultades vinculadas al manejo colectivo de una empresa colectiva.

²²⁷ Se trata de un gran foro lanzado por el gobierno de Jalisco para elaborar y financiar proyectos “participativos” en diferentes regiones y en diferentes ámbitos. Véase en <http://granalianza.jalisco.gob.mx/>.

GB y su equipo tuvieron también algunos contactos con miembros de del gobierno de Michoacán para compartir con ellos la propuesta, con la posibilidad de que ellos se encarguen de realizar semejante proyecto en la parte michoacana (pero de manera independiente). Ese encuentro, realizado en diciembre del 2008, no se organizó con la SEDECO (la cual es la entidad que ha venido trabajando sobre el proyecto Cotija desde años, con la PSJ) sino otra secretaría del gobierno²²⁸. De hecho excluyeron voluntariamente la PSJ y los 3A de esa iniciativa, conducida por los productores encabezados por JV y dos otros líderes de Santa María y Jilotlán, y los municipios. Esa actitud de desconfianza hacia la PSJ ilustra las tensiones entre los productores (o más bien parte de los productores) y los 3A; según el presidente municipal de Quitupán, se temía que “*otros nos la ganen* [la denominación de origen del queso Cotija]”, haciendo alusión a la PSJ como si fuera una amenaza y la DO el objeto de una competición. El responsable de Bustar Alimentos, apoyándose en el número importante de productores integrados en su propuesta, se reivindicó así como el representante legítimo de los rancheros, asumiendo que los 3A usurpaban ese papel.

Partiendo de un plan de negocio clásico, Bustar Alimentos propuso un plan integral, abarcando los aspectos de infraestructuras, calidad, técnicas, etc. Con la idea de que los trabajos precedentes no habían alcanzado el impacto esperado, propuso dar un nuevo impulso... pero sin elementos nuevos reales y significativos que sostuvieran su proposición. Trabajó con el Instituto de Desarrollo Sustentable del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey para la realización del diagnóstico y de la propuesta de proyecto, solicitando fondos en diferentes ámbitos (estatales pero también del Banco Interamericano de Desarrollo y de fondos mixtos mexicanos y europeos). Tras un trabajo de campo bastante corto y leve (reunión en las presidencias municipales y algunas visitas en rancho) el proyecto fue formalizado y presentado en diciembre del 2008, solicitando un apoyo de 42 millones de pesos (entre ellos, 35 millones para infraestructuras básicas para los productores).

Los planteamientos y constataciones del equipo de GB retomaron en gran parte los trabajos ya realizados, en particular por el CIATEJ y el Colmich, y otros (Bustar Alimentos, 2008). Su propuesta consistía primero en obtener la DO, una NOM, y atribuir al COFOCALEC el papel de consejo regulador. También se pensaba desarrollar una serie de proyectos productivos, logísticos y comerciales, pero con un enfoque general diferente a los planteados previamente; su idea central era formar una “*empresa integradora*” (otro concepto similar a los CAP o CIT...) para vender el queso Cotija y otros productos, que se elaborarían en queserías colectivas (una por municipio). Se planteó hacer otros productos lácteos de “*calidad suprema*” para la exportación en primer lugar, y el

²²⁸ Por parte de funcionarios que pertenecen a otra tendencia y grupo que los de la SEDECO.

mercado gourmet nacional, con una producción continua a lo largo del año²²⁹. De esta manera, si se propuso mantener el carácter estacional de la producción de queso Cotija, la idea era producir otros tipos de lácteos el resto del año. El proyecto contemplaba también la provisión de infraestructuras y equipos para los ranchos, como lo preveía el plan rector de la PSJ. En la parte científica, se planteó la necesidad de rehacer las pruebas hechas por el CIATEJ, consideradas con problemas metodológicos, y de aislar las bacterias responsables de la tipicidad del producto, para poder pasteurizar e inocular la leche.

El esquema propuesto se basaba en una visión exclusivamente empresarial y comercial (con temas como derecho de empresa y fiscalidad, investigación de mercado, logística, empresarios, exportación, éxito, especialización, etc.) (sin autor, 2008)²³⁰. Se proponía diseñar nuevas marcas regionales, afirmando que la MC no funcionaba y no iba a funcionar²³¹; se planteaba entonces la creación de una marca general para los municipios de Jalisco, y una marca por cada quosería colectiva municipal. Se trataba de hacer entrar el sistema rancharo en otra realidad, en el progreso tal como se concibe desde un punto de vista industrial y mercantil. Lo que sedujo a la mayor parte de los rancharos, quienes de hecho aceptaron participar en el proyecto con un aporte inicial de 1,000 pesos por persona. Ese poder de atracción fue reforzado por las perspectivas presentadas, mencionando un precio de unos 150 pesos/Kg, y el acceso a muchos apoyos. Además, por lo menos en la mente de los rancharos, se planteaba que se iban a encargar de venderlo, según los productores, resolviendo así el mayor problema de los productores de queso Cotija.

Luego, frente a algunas críticas hechas al proyecto, en particular por parte de los 3A (en particular en el marco de las discusiones sobre la norma, que veremos más adelante), y en constatar la inadecuación del proyecto con las reglas de uso de la MC, se abandonó la idea de hacer quoserías colectivas para el establecimiento de centros de acopio, sobre el modelo del Mesón, con otras actividades (tipo cooperativa, como se planteaba el Mesón al principio). Pero al mismo tiempo, se decidió ampliar el proyecto a otros municipios vecinos de la Sierra (Tamazula), a productores de

²²⁹ Puesto que según la lógica de ese proyecto, cuyo éxito se plantea en términos de tasas de retorno un plan de negocio no se puede establecer sobre solamente 4 meses de producción.

²³⁰ El diagnóstico inicial, calificado de plan de negocio, integraba 3 partes principales: logística, organización y fiscalidad, e investigación de mercado. La investigación de mercado es bastante “sorprendente”, dado que se realizó en supermercados de Guadalajara, donde los consumidores no conocen el queso Cotija sino únicamente el queso tipo Cotija. El estudio de logística preveía el tipo de camioneta y su costo, sin ver la cuestión del diferencial entre la ordeña y la colecta de la leche, la cuestión del control de la leche entregada, etc.

²³¹ Además, el proyecto planteado por Bustar Alimentos, con quoserías colectivas, era contrario a las reglas de uso de la MC, que impiden enfriamiento de la leche y define el queso Cotija como un queso producido en los ranchos

queso tipo Cotija que reclamaron su integración al proyecto, lo cual también podía dar mayor envergadura al proyecto según sus promotores²³².

Frente a esa situación compleja, con la confrontación de diversos proyectos y visiones, con la desvinculación entre las partes michoacanas y jaliscienses, los 3A intentaron reactivar la comisión interestatal para lograr mayor diálogo y coordinación. Se hicieron 3 reuniones en el 2009: una en febrero; otra en marzo, con integrantes del proyecto hecho en el marco de la Gran Alianza, los municipios de Jalisco, los responsables de los grupos PAI-GGAVATT (de Jilotlán y Santa María), varios funcionarios del gobierno de Michoacán y sólo uno del gobierno de Jalisco; y la última en julio. El programa que se dio el Comité retomaba el plan rector de la PSJ. Esas reuniones dieron lugar a ciertas aclaraciones acerca del Mesón y de su función. Los productores manifestaron por su parte la necesidad de primero cubrir las necesidades básicas de sus ranchos (aunque los productores presentes a la reunión ya aprovecharon de diferentes apoyos). También se dio un debate sobre la cuestión de la continuidad: los representantes del proyecto “Gran Alianza” presentaron su proyecto, y dijeron que seguían el programa de forma congruente con antecedentes, tras las advertencias de EB y SEDECO sobre el riesgo de irse por un camino sin respetar las especificidades de la región, y los antecedentes (organizacionales y otros). Sin embargo, como en las tentativas precedentes, la comisión interestatal no logró perennizarse y constituirse como eje coordinador de los diferentes trabajos y proyectos alrededor del queso Cotija. Además, el manejo del asunto del queso Cotija pasó en el gobierno de Michoacán bajo la responsabilidad de otro funcionario, rompiendo así la cercanía que se tenía entre la PSJ, EB y el gobierno. Al contrario, su acción fue marginalizando aun más a la PSJ y los 3A, apartándolos en parte de la Feria del queso Cotija o de otros proyectos que estuvo planteando (formar una cooperativa de venta con los productores, etc.), y se desactivó la comisión interestatal.

A fin de cuentas, el proyecto Queso Cotija-Gran Alianza no se concretizó, por no conseguir los fondos esperados. Se entregaron expedientes idénticos para los tres municipios y el resultado fue el otorgamiento de 800 mil pesos para Santa María (como máximo 10,000 pesos por productor, o sea el precio de un buen semental), 400 mil para Quitupán y nada para Jilotlán.

Hemos mencionado sucesivamente los tres proyectos principales o dinámicas que influyeron el proceso de calificación del queso Cotija entre los años 2006 y 2010; sin embargo, también se dio la

²³² Es interesante constatar el carácter paradójico de los criterios de delimitación y representación territorial de la visión planteada en ese proyecto. En efecto, se acepta ampliar el territorio del proyecto hacia áreas muy diferentes a la Sierra de Jalmich, donde no se produce queso Cotija, sino tipo Cotija; y al mismo tiempo se niega integrar en este mismo proyecto a la parte michoacana de la Sierra, donde están otros productores de queso, muchos de ellos familiares, amigos y vecinos de los productores jaliscienses; sin mencionar además que muchos rancheros jaliscienses tienen parte de sus tierras del lado michoacano.

participación de otros actores, con un impacto más o menos importante sobre la evolución de la situación, y aportes más o menos complementarios con las demás acciones.

5.2.3.5 Otros actores y proyectos alrededor de la calificación y valorización del Queso Cotija

En primer lugar, además del Colmich y del CIATEJ, otros institutos universitarios o de investigación se han interesado al queso Cotija. Al principio del proceso, el CIESAS y la Universidad Autónoma de Guadalajara participaron, en particular a través de trabajos de tesis (Guevara, 2005). Sin embargo su implicación fue menos intensa y directa que las demás instituciones y tras algunas tensiones se dejaron de colaborar en el proyecto e incluso de trabajar sobre el queso Cotija.

La facultad de química de la UNAM tuvo por su parte un papel muy importante en la caracterización del producto. A través de trabajos de tesis de licenciatura y maestría (la primera se presentó en el 2006), produjo un conjunto de conocimientos significativos, complementarios del trabajo del CIATEJ²³³: estudio sobre el ecosistema microscópico y diversidad de los microorganismos implicados en la maduración del QC (en particular en cuanto a su actividad lipolítica y proteolítica), propiedades de sabor, textura y olor (Utrera, 2007), propiedades antioxidante. M Quirasco y AB Zuñiga obtuvieron el Premio Nacional de Ciencia y Tecnología de Alimentos, lo que dio lugar también a un reconocimiento suplementario para el queso Cotija en la prensa (Bonfil, 2009; sin autor, 2010c). La UNAM también participó activamente en el trabajo de elaboración de una norma (ver más adelante), en particular para la demostración de la inocuidad del queso Cotija (Quirasco, 2009).

Por su parte, el CIIDIR Jiquilpan, dependiente del Instituto Politécnico Nacional, organizó una reunión a finales del 2008 para proponer un proyecto a los rancheros, sobre la implementación de buenas prácticas de higiene. Su idea era observar las prácticas de 20 productores y analizar los productos, aportando consejos para mejorar la calidad de la leche y tratando de conseguir apoyos para conseguir equipos. También se planteaba el proyecto de trabajar sobre medicina homeopática para el ganado, y aislar los microorganismos específicos del queso Cotija (determinar la “huella genética” de las bacterias implicadas) para patentarlos. En fin, ese proyecto se daba además como meta explícita “llegar a la DO”. El proyecto tardó en arrancar por falta de financiamientos, y luego se empezó a trabajar con unos 40 productores. Sin embargo, los avances (no publicados hasta la fecha)

²³³ Véase a Hernández-Briones *et al.* (2009) y Quirasco (2009) para una presentación detallada de la bibliografía y de los trabajos realizados por integrantes la facultad de química de la UNAM sobre el queso Cotija.

no mostraron elementos muy nuevos en comparación a los estudios precedentes, incluso parecía que no les tomaba en cuenta²³⁴ (Inocencio, 2010).

En fin, el queso Cotija despertó el interés de diversas instituciones de investigación y enseñanza, que trabajaron de manera más o menos intensiva sobre el caso, desde las perspectivas de las ciencias biotecnias como sociales: UA Chapingo, centro regional de la UNAM en Jiquilpan, investigadores extranjeros (ver los trabajos de Linck, de Schiavo, etc.), la FAO, etc.

A nivel de la asesoría técnica y de la organización, cabe mencionar la existencia de tres grupos de ganaderos de la Sierra (tipo grupo "GAVATT" o "PAI", ver en la monografía 1), coordinados por un veterinario o un ingeniero agrónomo, y que se reúnen cada mes para capacitaciones e intercambios. Otro actor que ha acompañado a los productores ha sido el consultor MG y su empresa Cibeles (que ya hemos mencionado previamente). Solicitado al principio de los años 2000 por PC para ayudar a los rancheros del núcleo inicial de la ARPQC en su solicitud de apoyos, extendió luego su ámbito de acción y organizó desde el año 2007 capacitaciones sobre diversos temas²³⁵, a las cuales participaron unas 100 familias de la Sierra de Jalmich, la mayoría productores de queso y miembros de la ARPQC, pero también otra gente de la Sierra de Jalmich. Organizó también diferentes salidas de campo, para dar a conocer la experiencia de ganaderos de otras regiones. En fin también se hablaba de un proyecto integrado con SEDESOL para establecer un centro de recría, un centro de acopio, fábrica de alimentos, y establecer una caja de ahorro. Pero el proyecto no tuvo avances, por no conseguir fondos y luego por deber para su actividad por razones personales.

Los actores mencionados en este apartado se interesaron por el queso Cotija de esa región a raíz del proyecto sostenido por la PSJ y del reconocimiento logrado a través del proceso de calificación.

²³⁴ En un artículo de Inocencio (2010), se reportó lo siguiente:

"El queso Cotija se elabora con una leche cruda no pasteurizada, por lo que existe el riesgo de que haya organismos patógenos"; destacó la investigadora que hasta ahora no existe una investigación o reporte que dé cuenta de la biota que posee el queso y que son pieza clave en el sabor y textura que el producto adquiere en el proceso de maduración.

Explicó que como objetivo particular, se buscará establecer la microbiota cultivable y no cultivable, para esto se instalaron algunos indicadores sobre carga bacteriana y patógenos, de donde se desprendió la identificación de lactobacterias benéficas, levaduras y lactobacilos, "en todo el proceso de maduración del queso encontramos lactobacterias, las cuales tienen como función el dar el sabor particular y las levaduras el aroma", destacó la expositora.

Flores Magallón señaló que a los productores se les ha insistido en que se debe de contar con dicha información para determinar la huella genética de las bacterias que intervienen en el proceso del queso, a fin de establecer la denominación de origen para evitar que el lácteo se produzca bajo otras condiciones. La investigadora agregó que se han desarrollado algunas capacitaciones con los productores, en las que se les ha enseñado a usar desinfectantes y selladores, los cuales se aplican a los cuartos en los que se deja madurar el queso, a fin de evitar que se presente contaminación en el alimento".

²³⁵ Técnicas pecuarias (manejo de praderas, alimentación del ganado, etc.), formación y manejo de organizaciones colectivas, elaboración de lácteos y otros productos procesados, etc.

Sin embargo, han llevado su acción de manera independiente del ámbito y de las acciones de la ARPQC y de la PSJ, sin buscar la cooperación. Esa acción ha sido en general complementaria de las demás acciones, de manera más o menos coordinada (ver por ejemplo el trabajo de la UNAM, o de MG), aunque en algunos casos se crearon tensiones y oposiciones entre diferentes posturas. De un lado, los actores ya implicados han podido tener el sentimiento de que se hacía nuevos proyectos sin siempre tomar en cuenta lo ya cumplido, y sin real voluntad de coordinación y de inscripción en un proceso de largo plazo. Por otro lado, los nuevos entrantes tuvieron a veces la sensación de que la PSJ era algo un poco cerrado, y de no encontrar su lugar en esas organizaciones ya existentes. Las tensiones existentes en ellas, y los diferentes rumores, no incentivaron de hecho la participación de nuevos actores en la PSJ.

Tras la obtención de la MC, y en paralelo a los diversos proyectos mencionados, seguía la pelea para la DO, sostenida en particular por la PSJ, quien reclamaba la exclusividad del uso del término “Queso Cotija” para los productores de la Sierra de Jalmich. El IMPI por su parte trató de quitar la MC Queso Cotija, con el pretexto de que no se había usado. Con la idea de reforzar la institucionalización y el reconocimiento del queso Cotija, se pensó entonces establecer una norma para el queso Cotija de la Sierra de Jalmich. Se creó así un nuevo foro, una nueva “arena” donde se revelaron y confrontaron los diversos puntos de vista.

5.2.3.6 De la marca colectiva a la norma mexicana: ¿rumbo a la denominación de origen?

En un primer tiempo, la PSJ se puso en contacto con la EMA (Entidad Mexicana de Normalización) para que la orientara sobre la creación de un consejo regulador (CR). La EMA dijo que un CR era algo costoso (unos 70,000 pesos) y complejo; les aconsejó que primero se concentraran en hacer una norma con el COFOCALEC, organismo mixto (público-privado) dedicado a la normalización y certificación en el sector de lácteos, para volver legítimas las reglas de uso de la MC. Se planteó entonces elaborar una norma mexicana (NMX) del queso Cotija, para institucionalizar su especificidad. El proyecto de NMX para el queso Cotija fue entonces integrado en la agenda de Comité Técnico Nacional de Normalización- Subcomité Técnico de Normalización “Producto” del COFOCALEC en noviembre del 2007.

De acuerdo con sus procedimientos, el COFOCALEC invitó a todos los interesados en participar en el proceso de normalización para encontrar un consenso. Las discusiones empezaron en abril del 2008, en presencia de representantes de la PSJ y del CIATEJ, de la SEDECO, así como de los representantes de universidades (tecnólogos y químicos, principalmente) e industriales que acostumbran participar en ese proceso. Se presentó el proyecto, que sería después trabajado en una

reunión mensual. Dado las diferencias de visión entre la proposición de norma para el queso Cotija (elaborada por la PSJ) y los industriales, productores de queso tipo Cotija, emergió la idea de una norma con dos versiones, dos partes de la misma NMX: una para la producción tradicional/artesanal (calificado después de “queso Cotija artesanal madurado”), y otra para la producción industrial. Hubo varios debates sobre la adecuación de esa opción con dos versiones para dos productos (Cotija y tipo Cotija). EB temía en particular que la confusión favoreciera el queso tipo Cotija²³⁶, y desfavorezca el queso Cotija y su patrimonialización. A partir de mayo y sobre todo junio del 2008, entraron en el proceso el representante de Bustar Alimentos como representante de los productores, así como de representantes de diferentes municipios y productores de la ARPQC. Luego también participó la representante de la facultad de química de la UNAM, y otros universitarios. Poco a poco se definió el proceso de producción, la localización de la producción, y diferentes especificaciones (composición, sanitaria, métodos de producción y elaboración, etc.), basadas principalmente en la MC y sus reglas de uso, pero en adecuación con los requisitos de una norma²³⁷. Poco a poco se abandonó la versión industrial, los representantes de la industria dejando de participar. En enero del 2009, desapareció de hecho la parte 2 de la NMX, mencionando la posibilidad de retomarla después. A partir de febrero de 2009, las reuniones se hicieron con menor frecuencia, y el representante de Bustar Alimentos deja de participar en las reuniones, al igual que los representantes de los productores. Se arreglaron los últimos detalles de la norma, y se envió el proyecto a la dirección general de normas para comentarios antes de su publicación oficial el 19 de junio del 2009, para consulta pública. Se recibieron varios comentarios:

- Solicitud de queseros productores de queso tipo Cotija para la extensión de la zona de producción reconocida en la MC y NMX hacia otros municipios (Zapotlán y otros municipios de Jalisco) y modificación de los procesos definidos (estacionalidad de la producción). Se contestó que no se podía desvincular el queso Cotija del sistema de producción y forma de vida tradicional de los rancheros, formando un patrimonio cultural propio a la Sierra de Jalmich y sus habitantes;

²³⁶ El ruido y la fama lograda por el queso Cotija podría beneficiar a los industriales, que vuelven a interesarse a esa denominación que de hecho algunos ya ni usaban. EB temía que la norma se volviera un *“atentado contra el patrimonio cultural”*.

²³⁷ Planteando diferentes problemas sobre la pertinencia de ciertos criterios (actividad del agua, etc.) y sobre hasta qué punto restringir los procesos (maduración en otro lugar, equipos de quesería, uso de pastos inducidos, etc.). También se discutió sobre la naturaleza de los criterios (de medio o de resultado), en relación con el problema del control.

- COFEPRIS rechazó el uso de leche cruda en un oficio en septiembre de 2009²³⁸, lo cual no cumplía con la NOM-121-SSA1-1994 ni con el proyecto de NOM-243-SSA1-2010. En respuesta se decidió en octubre 2009 de la conformación de un grupo técnico y de un grupo político para defender el proyecto de NMX del queso Cotija. El primer grupo debía aportar pruebas contundentes de la inocuidad del producto. Se retomó así los trabajos del CIATEJ y de la UNAM, y se diseñó un proyecto de investigación, implicando también a otras instituciones (el INIFAP, el CIIDIR-IPN, la FAO, investigadores franceses especialistas de los quesos tradicionales²³⁹, etc.), para aportar pruebas definitivas. El grupo político, liderado por el gobierno de Michoacán, logró que se tratara el tema en el Senado. A fin de cuentas, se cambió el proyecto de NOM-243, y en el texto definitivo publicado en septiembre de 2010, se planteó cierta tolerancia para los quesos con leche cruda.

La obtención de la NMX debería permitir avanzar hacia el reconocimiento y la protección de la producción de queso Cotija en la Sierra de Jalmich. Las reglas de uso de la MC serán así traducidas en los términos de los procedimientos de normalización, lo cual facilitará de alguna manera el diseño de un esquema de control (aun escasamente formalizado). Constituyó también una arena donde se revelaron y articularon diferentes visiones, para tratar de lograr un consenso más amplio, implicando no solamente los actores directamente involucrados en la producción y sus asesores y representantes, sino también a los diferentes organismos representando el estado en su función de regulador, y los representantes de otros sectores. Con una NMX reconocida oficialmente, el queso Cotija podría dejar de ser una MC con un estatuto ambiguo y amenazado (una especie de prototipo de Indicación Geográfica sin control ni protección). La NMX, de observancia opcional, puede abrir el camino hacia la obtención de una norma oficial mexicana (NOM) de carácter obligatorio, y luego una DO. Sin embargo también puede generar mayor confusión, al establecer un segundo nivel de regulación para el mismo producto, que se suma a la MC y sus reglas de uso, e implica nuevos actores, nuevas reglas, relaciones e interacciones en la arena. De esta manera, al lado del “Queso Cotija Región de Origen” MC, emerge el “Queso Cotija artesanal madurado” NMX; los dos pueden ser complementarios y en sinérgicos, a la condición de vigilar que al final no se contrapongan.

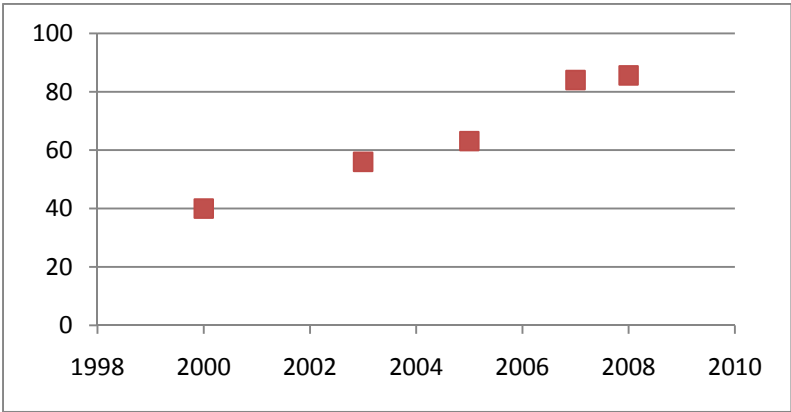
²³⁸ A pesar de la ilegalidad del uso de leche cruda para elaborar queso, ningún organismo público que participó en el proceso (el IMPI, FONAES, gobiernos municipales y estatales) había anteriormente manifestado inconformidad; el IMPI había validado las reglas de uso, el FONAES invitaba los productores en ferias, etc.

²³⁹ Un tecnólogo francés, P. Parquel, realizó una misión sobre el queso Cotija en septiembre de 2010, para diagnosticar la situación sanitaria y plantear un esquema para verificar y garantizar la inocuidad del queso Cotija, respetando al mismo tiempo su dimensión tradicional.

5.2.4 Síntesis del proceso de calificación del queso Cotija

Se propone en ese apartado esbozar una síntesis del proceso de calificación del queso Cotija, del nivel de activación que se ha logrado, y dar unas perspectivas sobre su desempeño futuro, que retomaremos en la discusión final. Se integrará esa reflexión en la evolución que ha conocido la situación de los rancheros, en sus prácticas y representaciones.

El proceso centrado en la obtención de una IG para el queso Cotija permitió la obtención de una MC y el reconocimiento y valorización de este queso, tanto por sus cualidades organolépticas como socioculturales. El reconocimiento se dio en varios niveles: por las autoridades políticas, los profesionales (con el premio obtenido en Italia; o el apoyo de Slow Food y de varios chefs) y por los consumidores (en particular vía el mercado de la nostalgia y las ferias). El desarrollo de la venta directa y el reconocimiento del queso Cotija y de su calidad específica tuvieron un efecto positivo sobre los precios. Además los productores se han motivado, revalorizado, y tienen nuevas aspiraciones. Esa postura les ayudó a cambiar de actitud frente a los compradores, reduciendo la asimetría en esa relación y mejorando su poder de negociación. Entre 2000 y 2007, los precios crecieron en más de un 100%, al pasar de 40 a 85.6 pesos en promedio²⁴⁰ (Figura 31), mientras que los de otros quesos, como el tipo Cotija, aumentaron en menor medida²⁴¹. Otro logro ha sido la puesta en marcha de acciones colectivas, estructurales y funcionales, y una mayor coordinación, no solamente entre los productores sino también a nivel transversal. Eso permitió por ejemplo conseguir diferentes apoyos por parte del gobierno (aunque esos apoyos no beneficiaron de manera simétrica a todos).



²⁴⁰ Sin embargo ese precio no es definitivo, y es un precio promedio; algunos productores siguen vendiendo su queso a 50-60 pesos/Kg., mientras que otros lo venden hasta 110 pesos/Kg. Véase en la monografía 1 para más detalles. Pero la mayor parte de los productores, así como vendedores de queso Cotija, reconocen el impacto positivo del proceso de calificación en términos de precio.

²⁴¹ El precio promedio del queso aumentó de unos 56% entre 2000 y 2006, según cálculos propios a partir de datos sacados del Boletín de Leche, en sus ediciones de marzo 1999 y diciembre 2008. Según el índice de precio al productor del Banco de México, el índice para el queso tipo manchego o Chihuahua pasó de 100 en diciembre del 2003 a 134 en mayo del 2009, y de 100 a 125 para otros quesos.

Figura 31: Evolución del precio promedio al productor del queso Cotija entre 2000 y 2008 (en \$/Kg.) (elaboración propia)

En fin, el proceso de calificación favoreció la reapropiación por los rancheros de su patrimonio colectivo: han tomado conciencia del mismo y, por lo menos en parte, de los diferentes retos y problemáticas que lo rodean y de la necesidad de actuar (colectivamente) para su preservación. Sin embargo, es necesario considerar también las otras fuentes de cambios y el ámbito general de la situación de los rancheros, para entender como el proceso de calificación interactúa con otros elementos de su realidad social, económica y productiva.

5.2.4.1 Situación actual de los ranchos de producción de queso Cotija

A raíz de las entrevistas realizadas con los rancheros y del análisis del sistema productivo (ver en la monografía 1 para una presentación detallada), se destaca la especificidad de este sistema de producción, que sea a nivel técnico, económico, social u organizacional. Se trata típicamente de un sistema tipo economía campesina, familiar, caracterizada por un bajo nivel de compra de insumos y equipos externos, y una producción de tipo extensiva, en relación con los ritmos naturales (estaciones, regeneración de la fertilidad natural, etc.); pero los ranchos son a la vez plenamente integrados en un mercado, del cual depende para la comercialización de sus productos (quesos y novillos; y a veces de otros productos).

Pero el sistema rancharo no es un sistema cerrado y aun menos inamovible. Los rancheros de la Sierra de Jalmich han estado integrando nuevos elementos, nuevas prácticas en sus sistemas. Ese fenómeno se da desde los años noventa, con el uso de medicinas, vacunas, y pastos inducidos, o la introducción de razas finas. El proyecto de IG reforzó esa dinámica, directamente (por ejemplo al incentivar y facilitar el acceso a nuevos equipos e infraestructuras: lugar para la ordeña, material de quesería en acero inoxidable, etc.) pero también indirectamente, al crear nuevos puentes entre los rancheros y diferentes actores (consultores, técnicos, veterinarios, organismos de apoyo para el campo, etc.). Si algunos rancheros ya tenían algunas conexiones con estos actores, para la mayor parte fue algo bastante nuevo. Al mismo tiempo, los caminos se mejoraron (en parte gracias a los proyectos vinculados a la IG), la electricidad se difundió, y el número de camionetas incrementó.

De esta manera, se está acelerando la integración en el sistema productivo de la Sierra de Jalmich de diferentes técnicas y prácticas, elementos cognitivos y técnicos que caracterizan de hecho la identidad ganadera de doble propósito en México. Ser un ganadero²⁴² hoy en México significa para

²⁴² Existen diferentes tipos de ganaderos, y diferentes maneras de “representarse” entre los ganaderos en México. Sin embargo hay una representación general que tiende a imponerse en todo el país, cualquier tipo de ganadería que sea, basada en la necesidad de tecnificar al máximo la producción, implementando innovaciones técnicas: alimentación, salud animal, equipos, razas, etcétera. Esa lógica profesional, heredada de la Revolución

muchos rancheros empastar, usar fertilizantes químicos, herbicidas y otros insumos, seleccionar su ganado, mejorar su productividad, ordeñar todo el año, etcétera. Y la comodidad potencial que ofrecen algunas técnicas seducen los rancheros: mejor productividad (por lo menos los primeros años), menos trabajo. Esas nuevas prácticas pueden mejorar la situación de los ranchos (con la elevación de los resultados técnico-económicos), pero también crean incertidumbres en cuanto al futuro (daños ambientales, impactos sobre la generación de empleo, etc.), y de su adecuación con el mantenimiento de la especificidad de la producción de queso.

La muestra de productores entrevistados, analizada en la monografía 1, revela comparativamente con otros estudios (ver Barragán y Chávez (1998), aunque su muestra sea diferente, limitada a una parte de la Sierra) un mejoramiento de la situación en cuanto a la producción de queso²⁴³: hay más vacas por ranchos (36.9 vacas ordeñadas o 50.4 vacas adultas por rancho en el 2008, contra 29 vacas de ordeña en 1997), con mayor productividad, y por lo tanto mayor producción de queso (1.23 toneladas por rancho en el 2008, contra 0.43 en 1997). Pero es sobre todo a nivel de la productividad que la diferencia es significativa: con 30 vacas de ordeña (o 40.7 vacas adultas) se producía una tonelada de queso en el 2007-2008, mientras se necesitaba 69 vacas de ordeña en 1997. De hecho, el 86% de los entrevistados afirmaron que su producción de leche y queso había aumentada en los últimos 10 años, por tener más vacas, con mayor productividad. El 14% restante afirmaron que su producción se había mantenida estable. Ese mejoramiento es también confirmado por el estudio del CCDER (2005) (el 63.6% de los rancheros consideraban que su actividad estaba en crecimiento, el 22.7% que estaba estable, y sólo el 3% que estaba decreciendo. Por fin, según un informe del municipio de Santa María del Oro (sin autor, 2007a), la producción de queso aumentó de unos 35% en este municipio entre 2002 y 2007.

Además de los cambios técnicos y cognitivos, existen otras fuentes internas de incertidumbres y desestabilización del sistema. La escasez de mano de obra desestabiliza el sistema de mediería y la organización del sistema de producción²⁴⁴. La principal respuesta a esa escasez ha sido intensificar la

Verde, se difunde a través de distintos canales: organizaciones ganaderas, medico-veterinarios, extensionistas, administración pública, industrias lácteas, o simplemente entre ganaderos. Esta visión a menudo se impone sin que haya un debate sobre su adecuación y pertinencia en función de los diferentes contextos.

²⁴³ En comparación con datos estructurales y productivos dados por Barragán (1994), las estructuras de los ranchos de ordeña (excluyendo los ranchos donde no se produce queso) son similares (superficie, relación entre número de vacas ordeñadas y número de cabezas, carga animal por hectárea total); pero tienen niveles productivos mayores: fertilidad, y producción de leche por vaca. Lo que no se pudo determinar es si este mejoramiento se acompañó de una estabilidad en el número de ranchos y de empleos en la Sierra, o si se dio al contrario una concentración de los medios de producción y una reducción del número de rancheros y empleos.

²⁴⁴ De hecho muchos rancheros dejan ahora la totalidad de la cosecha de maíz al mediero, afirmando que si no lo hacen, no consiguen medieros. Si pierden el beneficio de la cosecha de maíz, obtienen por lo menos así una superficie desmontada suficiente para alimentar su ganado.

siembra de pastos inducidos, lo cual modifica la productividad y composición de los pastos (y por lo tanto impacta en el queso) y sobre todo acelera la erosión. Sin embargo no es solamente un problema de escasez de mano de obra, como se ha señalado en otros trabajos, sino que se trata también de evoluciones técnicas cuyo origen y dinámica son complejas. La importancia de la emigración representa a la vez una oportunidad para comercializar el queso Cotija en el mercado de la nostalgia, pero también reconfigura los procesos de acumulación de capital y las relaciones sociales dentro de la sociedad ranchera. La emigración a EUA implica cambios importantes en la dinámica económica, pero también productiva, social, y cultural en la Sierra de Jalmich: ¿En qué medida responde el proceso de calificación, y las diversas acciones conjuntas, a las expectativas de los jóvenes rancheros, para que no se vayan? ¿Cómo se integra la calificación del queso Cotija en las dinámicas actuales que caracterizan los sistemas productivos rancheros? Son preguntas complejas, a las cuales los productores y los demás actores implicados en el proceso de calificación deberán poder contestar para tomar decisiones colectivas alrededor del bien común que es el queso Cotija.

A nivel de la producción de queso, los cambios han sido principalmente una mayor atención a la calidad sanitaria, con nuevas prácticas y equipos. Como lo afirma un productor: *“no cambió mi forma de hacer el queso, la tradición no se puede cambiar”* (entrevista con un ranchero, Santa María del Oro). Sin embargo, si en el discurso se asimiló la lógica de la defensa y preservación de la tradición, la lógica productiva y comercial puede ser otra. Es lo que se verá en el capítulo 6, poniéndolo de relieve con los otros casos analizados. A fin de cuentas, esas preguntas sobre el cambio, que sea a nivel del sistema ganadero o de la producción quesera, es una problemática clave dentro del proceso de calificación. De hecho, ha sido a menudo evocada por los diferentes actores, y a veces ha sido objetos de debates en las distintas arenas. Sin embargo, tal vez ha hecho falta una profundización y una sistematización de esas preguntas, lo cual puede a mediano o largo plazo desestabilizar la dinámica de calificación, y generar mal entendimientos entre los diferentes actores implicados.

5.2.4.2 Entre incertidumbres y esperanzas: perspectivas para el queso Cotija

Más allá de la atracción ejercida por identidades y modelos ganaderos exteriores, los rancheros pueden ser rápidamente seducidos por las supuestas promesas de la “modernidad”, que actores ajenos (o externos) al sistema productivo suelen introducir, con diversas intenciones. Actores externos que son cada vez más numerosos, a raíz del interés que ha despertado el proyecto, pero que muchas veces no tienen una visión sistémica y de largo plazo. De esta manera, la multiplicidad y la diversidad de los actores implicados son a la vez una riqueza, pero también una fuente de desorden y tensiones.

Para tomar decisiones colectivas, se deben tener ciertas capacidades para desarrollar acciones colectivas. En una sociedad donde la gente afirma que “*cada cabeza es un mundo*” cuando se trata de diseñar proyectos colectivos, resulta difícil juntarlos en acciones colectivas, de mediano y largo plazo. Las divergencias de intereses y visiones se vinculan a diferentes factores: situación del rancho, tipo de mercado, edad, etcétera. A eso se suman los intereses portados por los diferentes actores que acompañan los productores. Con las dificultades para reunir a rancheros en un proyecto colectivo, a pesar de la proximidad comunitaria, profesional, e incluso familiar que los une, es fácil imaginar los problemas cuando además se implican académicos, autoridades políticas (de dos estados y seis municipios), dependencias, veterinarios, proyectistas, comerciantes, consumidores, y 90 rancheros; cada uno con su propia visión, su proyecto personal y colectivo, sus intereses más o menos compatibles con los demás. De esta manera, en el año 2009-2010, la acción colectiva ha sido frenada: la ARPQC está parada, al igual que la PSJ, la comisión interestatal no logró su reactivación, el Mesón tiene un futuro aun incierto, etc. Parece que con cada nuevo proyecto, todo empieza casi de nuevo. La acción colectiva alrededor de la NMX sigue en proceso, y permite mantener cierta dinámica, con el apoyo de CONACYT; pero la integración de los productores en ese proceso es muy limitada, y por lo tanto se puede temer un distanciamiento entre los proyectos académicos y políticos de un lado, y los productores por otro lado. Solo la voluntad y el trabajo de algunos actores permiten mantener el vínculo, a pesar de las dificultades de diversos órdenes.

Además, el contexto general mexicano, marcado por la omnipresencia de la corrupción, y/o la sospecha de corrupción, no incentiva por sí la puesta en marcha de acciones colectivas. La tradición clientelista de la relación entre el Estado mexicano y los ciudadanos crea también cierta inercia. Ese precedente dificulta lograr un proceso basado en acciones colectivas locales, donde la sociedad no se limita a un papel de recibir apoyos y objetivos a seguir, sino que busca construir su propio camino, y solicita del gobierno que la apoye, no que la dirija.

Por su parte, el Mesón del queso Cotija seguía conociendo dificultades para estabilizar su situación. Sus deudas son importantes, y no podía comprar queso del año 2010 por tener todavía esas deudas y 5-6 t de quesos almacenado. Los créditos prometidos por el gobierno de Michoacán tardaron en llegar, o no se concretizaron; los tramites son largos e inciertos, implican muchos intermediarios, y son escasamente adaptados a la situación de pequeñas empresas. El canal de comercialización en grandes cadenas, quien había despertado muchas expectativas, reveló ser una alternativa compleja y arriesgada. Sin embargo algunos avances autorizan más optimismo; en efecto, el Mesón logró vender en el 2010 más de 4 t de queso, cifra en incremento, con un precio promedio de 180 pesos/Kg. Los chefs, a través de sus restaurantes y de las tiendas vinculadas, mostraron un

gran entusiasmo y una gran capacidad para promocionar y desarrollar el mercado del queso Cotija, que venden a 200-260 pesos/Kg, o sea verdaderamente como un queso gourmet, producto de lujo. Pero falta incrementar significativamente los volúmenes de venta; mientras tanto, los productores están regresando a sus antiguos canales de comercialización, vendiendo sus quesos a 80-85 pesos/Kg., o incluso menos.

Al final el Mesón está constituyéndose como intermediario comercial, necesario para hacer el vínculo entre los productores y el mercado. Esa situación muestra una de las debilidades del proceso de calificación, que se hizo excluyendo a los comerciantes históricos del queso Cotija. En efecto, pensando que los comerciantes eran parte del problema del queso Cotija (al ofrecer precios demasiado bajos a los productores, y quedarse con la mayor parte del valor agregado), no se buscó a integrarlos en el proceso. Pero con eso se perdió de vista que su experiencia del producto y del mercado, así como su papel de intermediario, podía ser importante y significativo. Por lo tanto, se ha tratado recuperar a través del Mesón ese conocimiento (por ejemplo sobre la conservación del queso), y al mismo tiempo desarrollar nuevos canales de comercialización, donde valorizar el queso Cotija en su nuevo estatuto oficial, de producto de calidad específica.

5.2.5 Conclusiones sobre el proceso de calificación del queso Cotija

A pesar de que una indicación geográfica (sea MC o DO) no garantice de por sí el éxito comercial (y menos en un contexto nacional donde esta figura es poco y mal conocido), un proceso de calificación basado en su obtención puede consolidar la dinámica de desarrollo territorial estableciendo una base a partir de la cual articular diferentes acciones para los rancheros de la Sierra de Jalmich. Ello constituye un elemento motor, un impulsor; esto lo atestiguan los impactos positivos directos e indirectos del proyecto de obtención de una IG (ver en la Tabla 13). Pero la evolución de la situación de los productores no se explica solamente por ese proyecto, sino que se relaciona con un conjunto de dinámicas, donde sin embargo los diferentes elementos que se articularon alrededor del proyecto de IG tienen un lugar central. De esta manera, se debe abordar el cambio de manera sistémica, para entender las motivaciones, representaciones y prácticas de los diferentes actores. Es todo el sistema productivo local, el Sial, que se reconfigura a través de la participación de nuevos actores y objetos, nuevas relaciones entre objetos y actores, y entre actores.

El proceso de calificación del queso Cotija ha generado una dinámica de desarrollo territorial multidimensional en la Sierra de Jalmich: organización de los productores, realización de ferias y otros eventos, mejoramiento del precio, obtención de apoyos públicos individuales y colectivos, mejoramiento de la calidad, etcétera. Ese proceso constituye un elemento motor alrededor del cual

se articula la activación colectiva del SIAL de la Sierra de Jalmich, con sus recursos territoriales específicos. Esto va en el sentido del refuerzo de la integración entre producto y territorio. Sin embargo, su movilización para reactivar el desarrollo se ha confrontado a una serie de problemas, internos y externos.

La activación de un Sial depende a la vez de factores internos al SIAL (recursos, organizaciones, etcétera) y externos (como el marco legal, la dinámica del mercado nacional e internacional, etc.) que determinan el campo de posibilidades (e imposibilidades) para los actores. Junto con los problemas internos propios del proceso de calificación (en particular lograr la coordinación de los intereses particulares), ese caso hace énfasis en la dificultad general de manejar un proceso de calificación; en efecto no puede resumirse a un simple proyecto, con una relación lineal entre ciertos objetivos, medios y resultados. Se avanza más bien por ensayo-error, en un proceso donde nada es previsible, puesto que son implicados una gran variedad de actores y objetos, de factores naturales y humanos, que forman un sistema, complejo por naturaleza. Por lo tanto el proceso es largo e incierto. Pero a la vez esa complejidad genera muchas más riquezas y avances que un simple proyecto bien encuadrado y limitado en el espacio y tiempo.

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Calidad específica de la leche y del queso, con un fuerte anclaje territorial. Producto único. • Identificación y caracterización de los recursos territoriales (estudios) y determinación de reglas de uso. • Organizaciones que dan visibilidad y representación a los productores. • Reconocimiento del queso Cotija genuino y de sus productores. • Mejoramiento del precio. • Carácter integrador e integral del proceso de calificación. 	<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rechazo de la DO. Límites de la MC. • Competencia del queso tipo Cotija. • Desfases en el mejoramiento de la situación entre los diferentes productores. Falta de infraestructuras colectivas todavía en varias partes de la Sierra (en particular caminos). • Tensiones entre los diferentes actores (ARPQC, PSJ, grupos de productores, políticos, etc.). Escasa comunicación entre los diferentes actores. • Problema de autonomía y de liderazgo en la ARPQC.
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Validación de la NMX. • Obtención de la DO. • Apertura y consolidación de nuevos canales comerciales (mercado nostálgico, mercado gourmet, etc.). • Difusión de la fama del queso Cotija en el país. • Creación de una red para la promoción y defensa de los quesos tradicionales mexicanos. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marco legal e institucional sobre aspectos sanitarios e Indicaciones Geográficas. • Desarticulación de la estructura organizativa (ARPQC/PSJ). Divisiones y conflictos. • Apropiación del proceso por actores externos. • Modificaciones profundas del sistema de producción (causas internas y externas).

Tabla 13: Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del proceso de calificación del queso Cotija

5.3 El queso Bola de Ocosingo: emergencia y apropiación de un producto local

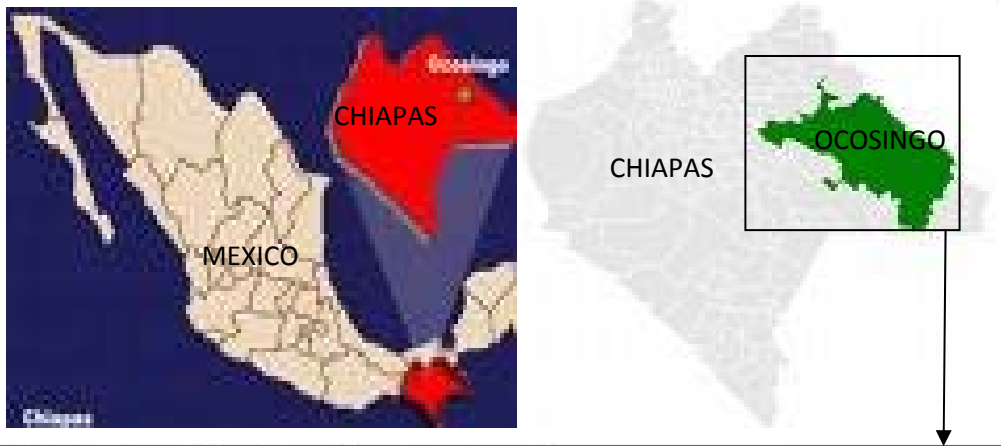
Chiapas es un estado muy diverso, tanto por su diversidad natural, entre mar y montaña, como por la gran riqueza cultural de este estado pluri-étnico. Hoy símbolo de la reivindicación cultural y política indígena a través del movimiento zapatista, no se debe olvidar que Chiapas, desde los primeros tiempos de la Conquista, ha sido el lugar de intenso mestizaje y del encuentro entre varias culturas. La ciudad de Ocosingo es una expresión muy representativa de esa dualidad de la cultura chiapaneca, mestiza e indígena, colonial y precolombina. En el corazón del levantamiento zapatista ocurrido al final de 1994, la ciudad²⁴⁵ sigue sin embargo profundamente marcada por la cultura “ladina”. Representante ilustre de esa cultura, la producción de queso es una actividad bastante importante en Ocosingo, tal vez más a nivel simbólico que económico. Es particularmente a través de un queso tradicional surgido al principio del siglo XX en la región de Ocosingo que se reivindica esa cultura quesera, atrás de la cual es en realidad la identidad ladina de Ocosingo que se pone en escena. Ese queso es conocido como el queso Bola de Ocosingo, cuya historia y dinámica actual se presenta a continuación. Nos interesaremos en particular al proceso de calificación del queso Bola de Ocosingo, articulado alrededor de la obtención de una marca colectiva que reserva esa denominación a los queseros de Ocosingo.

5.3.1 Presentación del sistema productivo lechero y quesero en Ocosingo

En este apartado, se hará una presentación de los principales elementos geográficos e históricos necesarios para entender la problemática de la calificación del queso Bola de Ocosingo. También se hablará de las particularidades de ese queso, de su calidad específica, en relación con los recursos territoriales que fundamentan esa especificidad. Puesto que nuestra problemática se centra en la calificación, el análisis detallado del sistema productivo lechero y quesero de Ocosingo se presenta en anexo como “Monografía 2”, discutiendo aquí los elementos más significativos para nuestra problemática. Sin embargo insistimos en la importancia de una visión sistémica, apoyada en el análisis de la conformación de ese sistema productivo, las dinámicas que lo atraviesan, y los cambios recientes, para la comprensión de las lógicas de los actores y los desafíos del proceso de calificación.

5.3.1.1 Ocosingo, en los márgenes de México

²⁴⁵ Hasta 1994, la población del casco urbano de Ocosingo era compuesta en gran mayoría por mestizos. Es solamente tras el levantamiento armado zapatista que las poblaciones indígenas se instalaron de manera masiva en la cabecera municipal, por diversas razones (entre ellas los conflictos dentro de las comunidades y la consecutiva expulsión de una parte de sus habitantes). En paralelo, una parte de la población mestiza prefirió emigrar, tras la pérdida de sus tierras y las tensiones y el choque provocado por los enfrentamientos.



Nota: Se ubican únicamente las 10 localidades de mayor población, según el XII Censo General de Población y Vivienda, INEGI 2000.

Figura 32: Mapas de localización del municipio de Ocosingo, Chiapas

El municipio de Ocosingo se encuentra en la parte suroriental del estado de Chiapas, colindando con Guatemala, en la región administrativa estatal VI- Selva II (Figura 32). Ocupa una superficie de 8,617 Km², siendo el municipio más grande de Chiapas con más del 11% de la superficie estatal total. La selva ocupa gran parte de su territorio, en particular con la famosa reserva de la Selva Lacandona (Figura 33). La población total es de 170,280 habitantes (censo del año 2005), de los cuales unos 45,000 habitantes residen en la cabecera municipal (Solórzano, 2008). La actividad agropecuaria es la principal actividad económica de la región, para el autoconsumo y la comercialización a nivel local o regional (maíz, frijol, calabaza y chile; guajolote y leche) o en mercados nacionales o internacionales

(café y novillos). También se explota los recursos maderables, a menudo de manera descontrolada. El turismo es otra actividad importante en Ocosingo (zonas arqueológicas y áreas naturales). Sin embargo se carece de infraestructuras de hospedaje, por lo cual se trata de un turismo de muy corto tiempo, en comparación a los grandes centros turísticos de San Cristóbal de las Casa y Palenque que acogen un gran número de visitantes nacionales y extranjeros (siendo esas ciudades entre los lugares más visitados por los turistas extranjeros en México).

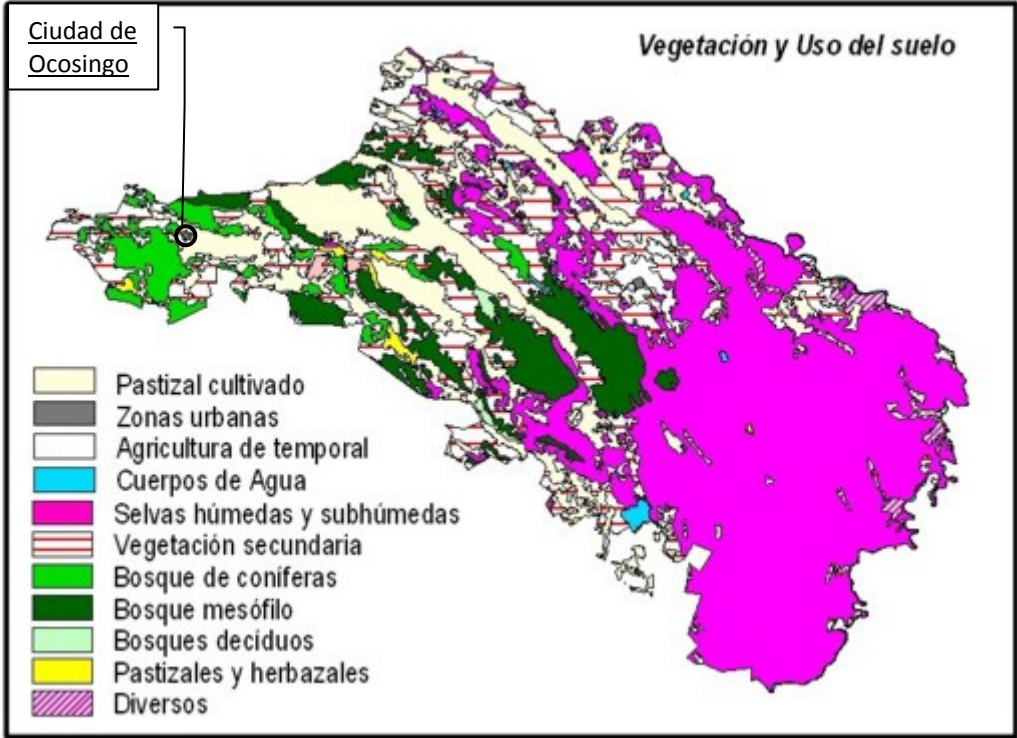


Figura 33: Vegetación y uso de suelo en el municipio de Ocosingo (fuente: Solórzano, 2008)

En realidad, el territorio lechero y quesero no se extiende en todo el territorio administrativo del municipio. De hecho, la producción de leche se concentra principalmente en unidades de producción ubicadas en las proximidades de la cabecera municipal, mientras que en las zonas más alejadas, la ganadería es más orientada hacia la producción de novillos. La producción de queso se concentra principalmente en la ciudad misma de Ocosingo, donde se ubican los talleres queseros, por comodidad y también por los problemas tras el levantamiento zapatista²⁴⁶. Algunos pocos talleres se encuentran en los pueblos o ranchos (pero no producen queso Bola). De esta manera, el territorio del Sial quesero de Ocosingo puede ser identificado como la cabecera municipal de Ocosingo y lo que localmente se conoce como el “primer valle” de Ocosingo, o sea la zona de planicies y colinas más

²⁴⁶ El conflicto y la invasión de los ranchos obligaron a algunos queseros venir instalarse en la ciudad.

cercana a la urbe donde se ubican las áreas de pastizales²⁴⁷ (Figura 33). Nuestro estudio se limitará entonces a esa zona.

Por su situación geográfica, a 900 msnm, Ocosingo beneficia de un clima bastante templado, semi-cálido y húmedo, con una temporada de lluvias que se extiende de mayo a diciembre, precipitaciones de 1800mm/año, y una temperatura promedio de 24.3°C. Esa situación permite que haya pastos disponibles a lo largo del año, aunque tiende a bajar su crecimiento y por lo tanto su disponibilidad entre enero y marzo-abril.

Las características geográficas y ambientales de Ocosingo ofrecen condiciones bastante favorables para el desarrollo de una ganadería extensiva, aprovechando los pastos naturales e inducidos en las áreas desmontadas, con un clima templado y húmedo y un relieve bastante accidentado.

5.3.1.2 *Del enclave ladino al levantamiento zapatista: historia y transformaciones de la producción de leche y queso*²⁴⁸

La región de Ocosingo tiene una historia larga, previa a la conquista, como lo atestiguan las antiguas ruinas del centro político y religioso de Toniná, a unos kilómetros de la ciudad. La colonización de esa región por los españoles se hizo primero a través de la instalación de un convento dominicano en este ya importante pueblo Tzeltal. Los dominicanos organizaron el traslado de las poblaciones indígenas en la ciudad de Ocosingo a partir del siglo XVI (Solórzano, 2008) y propiciaron en particular la difusión de la producción de ganado y de queso. La primera producción de queso local, que sigue hasta la fecha producida en los ranchos de la región, fue el “queso de doblador” (o “de hoja”), una bolita de queso fresco envuelto en doblador de maíz (hojas de la mazorca), destinado principalmente al autoconsumo y la venta en el mercado local. En la mitad del

²⁴⁷ En las otras zonas de pastizales señalados en la figura 5, se desarrolla una ganadería orientada casi exclusivamente hacia la producción de novillo, principalmente organizadas en ejidos y comunidades indígenas, y con pocas conexiones con la actividad quesera (excepto una producción casera para el autoconsumo o la venta local); y los que llegan a vender leche en esa región la entregan en general a agroindustrias de Palenque. Según datos del INEGI para el año 2004, la leche representa solamente el 8% del valor de la producción pecuaria relacionada con la ganadería bovina, contra el 92% para la producción de carne en canal. En comparación, en una zona más especializada en la producción lechera como la Costa de Chiapas, la leche representa el 41% del valor de la producción pecuaria bovina.

²⁴⁸ Además de las fuentes citadas, la historia de Ocosingo se basa en entrevistas realizadas con informantes claves en Ocosingo, entre los cuales destacan los aportes en una comunicación personal del Dr. Arturo Castellanos, profesor de la Universidad Tecnológica de la Selva Ocosingo y ganadero. Es también autor del libro “Historia de Ocosingo y otras voces”, en proceso de publicación.

siglo XIX, con las leyes de Reforma y desamortización, los dominicos perdieron su dominio, y sus tierras fueron recuperadas por la burguesía ladina²⁴⁹ local, constituyéndose así vastas haciendas.

Ocosingo era una región enclavada en los confines del territorio mexicano, sin caminos transitables, conectados por brechas que dejaban el pueblo de Ocosingo a dos días de San Cristóbal de las Casas y a tres días de Comitán, a pie o con transporte animal (caballo o mula)²⁵⁰. Los intercambios comerciales eran entonces limitados, a cargo de algunos arrieros, y la vida económica y social se caracterizaba por su casi autarquía. La burguesía local, de manera similar a lo que pasó en el resto del estado chiapaneco (Tello, 1995), logró a limitar la difusión de la Reforma Agraria en Ocosingo, manteniendo una repartición muy inequitativa de las tierras. De esta manera la organización social y económica de la sociedad de Ocosingo mantuvo un sistema casi “feudal” hasta los años 50, marcado por una concentración de la propiedad de la tierra a mano de algunos ladinos, dueños de las haciendas que se extendían en más de 5,000 ha. La mano de obra, compuesta de indígenas y ladinos sin tierra, se encontraba entonces en un estado de semi-esclavitud, dependiendo totalmente del querer de los propietarios. Trabajaban en las plantaciones de café, el cuidado del ganado y algunas actividades agrícolas (maíz, frijol, y otros), a cambio de algunos pesos y del derecho de poder sembrar una pequeña parcela de maíz. La producción de granos básicos se basaba en un sistema de roza-tumba de producción itinerante de maíz, tras la cual el pasto natural se aprovechaba para el ganado del dueño. También se contaban con algunos pequeños propietarios ladinos, quienes trabajaban en propia su tierra (sus ranchos), principalmente para el autoconsumo.

Fue en ese marco que se desarrolló la producción de queso, y particularmente del queso Bola. Como vimos, la producción de queso se desarrolló primero alrededor del queso de doblador. Pero siendo un queso fresco, era difícilmente conservable y por lo tanto no se podía mandar a mercados exteriores. La producción de leche se realizaba entonces como actividad secundaria de la ganadería bovina, principalmente destinada a producir carne y pieles, y al uso de su fuerza de trabajo para las labores agrícolas. La leche era autoconsumida, directamente o bajo la forma de quesos, y se vendía localmente los excedentes. Sin embargo a finales del siglo XIX y principios del siglo XX, algunos

²⁴⁹ Ese término se utiliza para señalar la población criolla, de origen española, o considerada como tal, por oposición a la población indígena (Linck, 2002). Los ladinos (a pesar de que ellos mismos son casi siempre mestizos, aunque con mayor proporción de “rasgos europeos”) se distinguen culturalmente por reivindicar de manera más o menos fuertes sus raíces europeas, a través de valores y representaciones propias, entre ellas un cierto rechazo por la cultura indígena y del mestizaje sociocultural. La cultura ranchera, que caracteriza por ejemplo la sociedad ranchera de la Sierra de Jalmich, es un representante significativo del mundo ladino. No es sorprendente entonces constatar algunas similitudes entre la historia de los ladinos de Ocosingo y los de la Sierra de Jalmich. Sin embargo, a diferencia de la Sierra de Jalmich, la región de Ocosingo no puede ser calificado de “santuario ranchero” (Barragán, 1994), por incorporar diferentes elementos ajenos a la sociedad ranchera ladina.

²⁵⁰ Los más ricos utilizaban a veces pequeños avionetas para desplazarse o intercambiar mercancía.

ganaderos (grandes) empezaron a buscar alternativas para conservar la producción de lácteos y poder comercializarla. Fue así como “se creó” el queso Bola de Ocosingo. Existe un debate sobre la autoría del queso Bola. Según la versión más difundida, fue doña Elvira Martínez de Solórzano, esposa de don Fidelino Solórzano, propietario del rancho Laltic, quien originó el queso Bola. Esa señora procesaba de manera casera la producción de leche del rancho. Se cuenta que en un primer tiempo, alrededor del año 1895, se conservaba el queso aplicando cal en su superficie, para que se endureciera y se conservara. Sin embargo, ese procedimiento presentaba la desventaja de quemar las manos de quien lo hacía (porque era cal viva), y de hacer perder una parte del queso. Tras un proceso de ensayo-error, doña Elvira cubrió una bola de queso, llamado el “relleno”, con otro tipo de queso de pasta hilada descremada (similar al queso tipo Oaxaca, también llamado quesillo)²⁵¹, llamado el “forro”; y se produjo por primera vez en 1919 el queso Bola, una bola compuesta de dos quesos. La crema sacada de la leche destinada a hacer el forro se agregó al relleno, haciendo así un queso de “doble crema”. Luego doña Elvira se fue a otro rancho, en Chilón, propiedad de su pariente Porfirio Martínez Navarro, donde perfeccionó su técnica, ensayando en particular diferentes niveles de maduración para el relleno, y dio a conocer este queso en el resto del estado (gracias a sus contactos con familias ricas chiapanecas) e incluso en el resto del país, participando a la feria de Texcoco de 1939.

Doña Elvira estimuló también la introducción de descremadora, necesaria para descremar la leche para hacer el forro. A partir de esta emprendedora y de don Porfirio, la producción de queso de Bola se iba a difundir, primero dentro del círculo familiar. Así se transmitió en el entorno familiar el proceso original descrito por doña Elvira en su recetario. Pero poco a poco, los trabajadores, quien ayudaban a la realización del queso (o incluso se encargaban solos de hacerlo) iban aprendiendo a hacer este producto, y luego se independizaron al crear su propia quesería²⁵². La emergencia y el desarrollo de la actividad quesera (por lo menos como actividad destinada al mercado) fue un proceso lento, dado que en 1960-1970, se contaba con solamente 2 queserías en Ocosingo (sin contar la producción en ranchos), antes de llegar hoy a unas 20 queserías. En ese lapso, se desarrolló la producción de queso, introduciendo nuevos tipos de queso. De esta manera, en los años 40-50 se empezó a producir en esa región el queso Crema de Chiapas, conocido localmente más bien como el

²⁵¹ Queda sin respuesta la pregunta de saber si doña Elvira descubrió por azar la tecnología de la pasta hilada (que consiste en dejar acidificarse la cuajada hasta cierto punto, y luego de trabajarla en agua caliente para formar las hebras), o si la conoció por algún otro quesero, que hiciera este tipo de quesos, que de hecho son poco difundidos: la mozzarella y el provolone en Italia, y el queso tipo Oaxaca en México son de los pocos representantes de esa familia de queso.

²⁵² Esa historia tiene ciertas similitudes con la historia de la difusión del queso Camembert en Francia, que dará lugar después a debates entre los que pretenden ser los herederos legítimos de la receta original, y los trabajadores que aprendieron el proceso al trabajar en las queserías (Boisard,1992).

“queso de cuadro”, probablemente con la instalación de familias proveniente de Tabasco y del Norte de Chiapas. Nestlé, que recolectaba leche en la región desde los años 70, dejó la zona a principios de los años 90, lo cual incentivó la producción quesera. En esa misma década, se difundieron nuevas producciones, en particular la de queso tipo Oaxaca o quesillo, como de hecho se difundía en todo el país la producción y consumo de este queso.

A partir de los años 60, se dieron cambios importantes en Ocosingo, en particular con la distribución de amplias superficies de tierras a poblaciones indígenas (ver en Tello, 1995; y Márquez, 2006 sobre el proceso de colonización de la Selva Lacandona por las poblaciones indígenas). Ese proceso afectó poco a los grandes propietarios de Ocosingo, siendo principalmente distribuidas áreas de la selva (que hasta ahora aprovechaban de manera muy extensiva por cazadores-recolectores lacandones), y no las tierras de sus haciendas y ranchos. Fue más bien por la evolución demográfica propia de las familias de propietarios que se empezaron a dividir las tierras a cada herencia, llegando así a un promedio de unas 500 ha por propietario en los años 70'-80' (lo que sin embargo seguía siendo grande). Por otra parte, en los años 70' se abrieron las primeras carreteras transitables todo el año, conectando la ciudad con San Cristóbal de las Casas al oeste y Palenque al norte, y desenclavando poco a poco la región. Posteriormente se abrió una carretera en la parte oriental del municipio, de Palenque a la frontera con Guatemala, destinada a la población local y al desarrollo de la actividad turística en esta zona llena de riquezas naturales y arqueológicas. En 1979, se concedió a Ocosingo el estatuto de “ciudad” (Solórzano, 2008).

A finales de 1994, Ocosingo se encontraba en el corazón del movimiento zapatista. La ciudad fue tomada por el EZLN, y se produjeron enfrentamientos fuertes con los militares, como lo atestiguan hasta hoy las huellas de tiroteos en los edificios del centro de la ciudad. Obviamente ese movimiento, que se menciona localmente como “el conflicto”, trajo muchos cambios, en particular para la actividad ganadera. En efecto, tras el levantamiento, los zapatistas empezaron a invadir los ranchos, expropiando las propiedades de más de 40 ha (superficie considerada por los zapatistas como el tamaño máximo de tierra que una persona pueda poseer y explotar). La producción ganadera, y en particular de leche, fue fuertemente afectada (Márquez R., 2006), estando además ya en crisis desde principios de los años 90 por la caída de los precios pecuarios, la crisis económica del 94 y luego la apertura comercial (en particular el TLCAN). Por su parte, los nuevos ocupantes de las tierras no desarrollaron la ganadería, por falta del capital necesario (financiero, humano y social) y por falta de interés y conocimiento sobre la producción de leche. Además, no es nada seguro que los queseros, pertenecientes a las familias ladinas expropiadas, comprarían leche a los que acapararon sus terrenos... En fin, muchos propietarios prefirieron vender sus terrenos por miedo a las

expropiaciones, y dejar un lugar donde ya no se sentían seguros. De esta manera, disminuyó drásticamente el inventario bovino: según el censo agropecuario de 1991 y otros datos del INEGI, había 102,106 cabezas de ganado bovino en Ocosingo, 86,455 en el 2003, y 80,468 en el 2008²⁵³. La disminución fue aun más fuerte para la producción de leche, que pasó de unos 20-30,000L/día a 5-10,000L/día²⁵⁴. La leche se encareció, llegando a ser la leche más cara del estado de Chiapas, con un precio superior de 20% a 50% a los precios en vigor en otras regiones lecheras (según la temporada y la región)²⁵⁵.

Otros impactos destacables fueron la instalación de campos militares alrededor de Ocosingo, y la construcción de nuevas infraestructuras (carreteras, y la Universidad Tecnológica de la Selva, fundada en 1997), destinadas a poder controlar mejor la situación y mostrar la presencia del gobierno (tanto a través de la fuerza militar como en sus prerrogativas sociales, como la educación). Además hubo movimientos de población importantes, con la llegada masiva de habitantes de las comunidades indígenas en la ciudad de Ocosingo, y la aparición de nuevos barrios donde se concentran esos recién llegados en condiciones bastante precarias.

5.3.1.3 ¿Qué es el queso Bola de Ocosingo?: calidad específica y anclaje territorial

Por su forma redonda, se ha pensado que el origen del queso Bola podría tener alguna relación con el queso holandés tipo Baby Edam. Se creyó que fue introducido por holandeses, quienes de hecho dejaron en el patrimonio gastronómico de la península de Yucatán la costumbre de incorporar queso tipo Gouda en los platillos. Sin embargo, esa hipótesis holandesa es poco probable, dado que la tecnología utilizada es muy disimilar, aunque tal vez el Baby Edam inspiró de alguna manera la forma del queso Bola de Ocosingo.

El queso Bola, de unos 700 g en promedio, se compone de dos partes distintas, ambas realizadas a partir de leche cruda proveniente de ganado de doble propósito: un relleno de queso (de

²⁵³ Mientras que en el resto del estado de Chiapas, el inventario bovino (así como la producción lechera) aumentaron en el mismo lapso. De hecho, mientras que en 1991 el hato bovino ocosinguense representaba el 6% del inventario estatal, esa proporción había caído a menos del 3% en 2008.

²⁵⁴ No existen datos exactos sobre la producción total de leche en Ocosingo. Sin embargo, según los datos obtenidos con 10 queserías, representando las queserías más importantes de Ocosingo (que captan más del 80% del volumen total producido), se llega a un volumen procesado de 7825L/día en tiempo de máxima producción (temporada de lluvias) y 4800L/día en tiempo de producción mínima (temporada de secas). Según los entrevistados, antes del conflicto de 1994, esas mismas queserías procesaban en temporada de lluvias un total de aproximadamente 17-20,000L/día.

²⁵⁵ En el mismo periodo (finales de diciembre de 2008-principio de enero de 2009), el precio era de 5.3 pesos/L en Ocosingo, contra 4.6 pesos/L en la Costa de Chiapas. La diferencia fue aun más marcada durante la temporada de lluvias del 2008, con un promedio de 4.6 pesos/L en Ocosingo, y 3.2 pesos/L en la Costa de Chiapas (según datos propios).

unos 450-500g), cuya elaboración es similar al tipo queso Crema de Chiapas²⁵⁶, excepto que es en general un queso doble crema (es decir con crema adicionada a la cuajada), y que es madurado durante 3 semanas; y un forro, compuesto de dos capas de quesillo (pesando en total unos 200-250g), hecho con leche descremada, y que recubre el relleno. El forro se seca rápidamente, y protege así el relleno, frenando su maduración, impidiendo que pierda humedad y que se contamine.



Figura 34: quesos Bola de Ocosingo

Ambas partes del queso son consumidas, pero de manera diferente. En general, en un primer tiempo se abre el queso en la parte superior, y con un cuchillo se saca el relleno para comerlo como botana (en galletas, etc.). Luego, el forro, demasiado duro y con poco sabor para ser consumido como tal, se fríe, preparando así lo que localmente se denomina “chicharrón de queso”, y también consumido en botanas. De esta manera, consumir este queso requiere de cierto conocimiento, para saber cómo presentar y cortarlo, y qué hacer con el forro. Además, apreciar ese queso, madurado, se relaciona con cierta “educación gustativa” para apreciar plenamente su sabor (especialmente cuando el consumidor mexicano está acostumbrado a comer quesos frescos). Así, mientras que los

²⁵⁶ Es decir una cuajada mixta, con una fase de dormido de la cuajada de unas 24 horas antes del escurrimiento. A la diferencia del queso crema, la cuajada no se prensa, pero se escurre durante las 3 semanas de añejamiento durante las cuales se mantiene colgada en una manta de algodón.

consumidores “expertos”, habituales, aprecian quesos más madurados, muchos consumidores “principiantes” prefieren un queso menos maduro, con sabor más suave. Sin embargo, aun una persona que desconoce ese producto es a menudo atraída por su forma y su aspecto particular, único en el ámbito de los quesos mexicanos y de los quesos en general.

En la Tabla 14 se da la composición promedia del queso Bola de Ocosingo, según los resultados de los estudios conducidos por la UTS.

	Proteína	Humedad	Grasa
Relleno de queso crema (450g)	23-25%	38-40%	33-36%
Forro (250g)	38-42%	34-38%	Casi nulo (leche descremada)

Tabla 14: Peso y composición del queso Bola de Ocosingo (según las reglas de uso de la MC Queso Bola de Ocosingo, Chiapas)

Existen diferentes variantes del queso Bola de Ocosingo. En efecto, cada quesero produce un queso con características propias, aunque pertenezcan a un mismo “tipo”. Como se presenta en la monografía 2, ciertas variaciones corresponden a variaciones dentro del mismo tipo “queso Bola de Ocosingo”, como un tiempo de madurado más o menos extenso, la cantidad de crema adicionado al relleno, o los diferentes tamaños de quesos. Sin embargo, variaciones técnicas más importantes (como por ejemplo la eliminación de la fase de madurado) conducen a la producción de un tipo de queso inspirado por el queso Bola a nivel de la forma y del proceso, pero perteneciente desde el punto de vista de una clasificación tecnológica y sensorial a otro tipo de queso.

La especificidad de la calidad del queso Bola de Ocosingo encuentra en primer lugar su origen en la calidad de la leche, en relación con el sistema ganadero (ganado de tipo F1 cebú-razas “finas”, pastoreo, saber-hacer ganadero). En efecto, como para los demás quesos elaborados a partir de leche producida en sistemas de doble propósito, la leche utilizada es rica en sólidos lácteos (en particular en comparación a los promedios nacionales, y considerando el bajo nivel tecnológico), y la alimentación por pastoreo influye sobre la composición en lípidos de la leche y por lo tanto sobre su sabor y otras propiedades. La fase de maduración permite valorizar aun más significativamente las características propias de esa leche. Cabe destacar que el queso Bola se hace a partir de leche cruda, natural y entera (o incluso de doble crema), sin adición de leche en polvo ni grasa vegetal (como ocurre en la mayor parte de los quesos producidos en Ocosingo).

En efecto, la calidad de la leche es después aprovechada, revelada y valorizada por las prácticas de los queseros. En primer lugar, la proximidad entre los talleres queseros y las unidades ganaderas, así como el carácter limitado del volumen recolectado y del número de proveedores, ofrece

condiciones favorables para un buen manejo sanitario de la leche: tiempo de transporte reducido, menos riesgos de contaminación de una leche sana por leche “sucia”, mayor capacidad de control por parte de los queseros, etc. De esta manera, la leche llega bastante temprano a la quesería, sin haber sufrido un proceso de acidificación. Luego los queseros movilizan un saber-hacer quesero, formado y transmitido localmente, que da al queso sus características organolépticas. Si existe cierta uniformidad, cada productor tiene, en función de su experiencia propia, y de sus aprendizajes e intercambios, su propio estilo para hacer el queso, que sea para el queso Bola u otros tipos de queso. Cierta fase, como el control de la maduración, se basa esencialmente en el saber empírico del quesero, que adapta sus prácticas según la temperatura, la humedad, y la calidad de la leche. Las fases de dormida de la cuajada (en la fase inicial de elaboración del relleno) y después del madurado atestiguan de un modo particular de garantizar la inocuidad del producto, a través del manejo empírico de las poblaciones microbianas presentes de manera natural en la leche cruda. Ese manejo influye en las características organolépticas del producto final, y al mismo tiempo constituye una manera de conservarlo. De hecho, los estudios de la UTS mostraron que los quesos de Bola no presentaban contaminaciones microbiológicas.

A nivel comercial, cabe destacar que la mayor parte de los productores de queso Bola comercializan directamente su producto en sus propias tiendas. De esta manera, además de su forma atractiva y de la presencia de etiquetas (que funciona como señal de calidad), la relación directa productor-consumidor permite al productor transmitir ciertos saberes sobre la producción y el consumo de este queso particular, y así asegurar su difusión. En el caso de circuitos de venta con intermediarios, se trata de pequeños nichos de mercados, donde el intermediario es a veces un familiar o un amigo. Así, en esos casos también se hace una trasmisión de saberes al momento de la venta del producto, que impacta en la manera que tiene el consumidor de considerar su calidad. De forma global, Ocosingo es reconocido a nivel regional y estatal por la calidad de sus quesos, desde mucho tiempo (López, 1983).

La calidad específica del queso Bola es entonces el resultado de saberes no solamente técnicos sino también relacionales (organización del trabajo, relaciones entre ganaderos y queseros, con el consumidor, etc.). Su calidad también se vincula con otros elementos, como las representaciones y el valor simbólico de este queso, identificado como un símbolo de Ocosingo. De hecho, en el sitio internet del municipio, el ayuntamiento había elegido como eslogan “*Ocosingo, la ciudad de los quesos*”. También se ha identificado el queso como símbolo y marcador identitario de la cultura ladina local (Linck, 2006).

Por otra parte, el queso Bola es un producto particular, que no se usa como un alimento de la vida cotidiana, sino más bien como un producto de excepción, un “*delicatesen*”, que los Ocosinguenses regalan cuando visitan amigos o familiares, y que compran los turistas, a la vez por sus propiedades organolépticas y como un recuerdo, o “*souvenir*”. De esta manera, este queso se inscribe en ciertas formas de sociabilidad, por su estatus de representante de la ciudad de Ocosingo y de regalo. Además, los queseros piensan que cumplen una función social, al proponer con el queso Bola, y también con los demás quesos un alimento sano, nutritivo y accesible, producido localmente.

En una región donde las reivindicaciones culturales y políticas de la población indígena han tomado cada vez más importancia, sigue siendo un símbolo de la “ladinidad”, de la cultura de los criollos, anclada en la actividad ganadera y quesera. Sin ser explícitamente pensado como tal por los actores locales, no cabe duda que la calificación del queso Bola ha permitido una reafirmación del anclaje de los ladinos en Ocosingo, la ciudad de los quesos. Pero más que un reto que oponía poblaciones ladinas e indígenas (Linck, 2006), el proceso de calificación del queso Bola ha dado lugar a una confrontación entre los propios queseros para apropiarse de ese patrimonio colectivo.

5.3.2 La construcción de la marca colectiva “Queso Bola de Ocosingo – Chiapas”

A partir de los años 90, aparecieron en el mercado imitaciones del queso Bola de Ocosingo, aprovechando la fama que empezaba a ganar el queso Bola a nivel estatal. En efecto, se empezaba a difundir el queso Bola en tiendas especializadas en productos locales, especialmente próximas a las infraestructuras turísticas (estaciones de autobús, aeropuertos, etc.). Se intentó hacer queso Bola en otras zonas del estado (en particular en el centro del estado, como en Tecpatán, en Villahermosa, en la Frailesca) e incluso de la República (Mérida, etc.). Esas imitaciones se hicieron por queseros de otras regiones de Chiapas o del país, pero también por Ocosinguenses que habían dejado Ocosingo a raíz del conflicto, y/o buscaban zonas donde había más leche, a menor precio. Sin embargo, en términos cualitativos, no lograron (aun en el caso de queseros Ocosinguenses ya experimentados) realizar el mismo queso, por la especificidad vinculada con la combinación del tipo de leche y del clima (y probablemente también a la micro flora y el tipo de pasto). Pero más que la cuestión de las imitaciones, es la voluntad de valorizar un producto tradicional local que motivará al principio la iniciativa para el reconocimiento de una IG para el queso Bola de Ocosingo.

Como lo señala Márquez R. (2002), el proceso de ganaderización extensiva²⁵⁷ ya ha sido el objeto de varios estudios y proyectos. Pero nunca se abordó la cuestión del destino de los productos, en particular de la leche. Por eso Márquez propuso un proyecto que planteaba concentrar sus esfuerzos en la cuestión de la valorización de los quesos tradicionales de Chiapas, a través del caso del queso bola de Ocosingo (así como de los quesos artesanales de la región Frailesca); y en el cual se consideraba la reapropiación y certificación de quesos tradicionales como herramienta para el desarrollo territorial (con un enfoque patrimonial, inspirado en particular por los trabajos de T. Linck). Sin embargo, ese proyecto no se hizo, y será al final otra iniciativa, sostenida por el gobierno estatal, la que conducirá a la obtención de una marca colectiva.

5.3.2.1 De la iniciativa a la marca colectiva

El queso Bola ya había sido considerado como un producto susceptible de ser valorizado a través de un sello de calidad territorial (ver Márquez, 2002). También, bajo la iniciativa del ayuntamiento y de algunos productores, se había iniciado una feria del queso en Ocosingo, desde principios de la década del 2000. Sin embargo, hasta la fecha, los proyectos no habían logrado desarrollarse (por no conseguir fondos, o no lograr agrupar a los queseros. Es entonces con la iniciativa de la Secretaría del Campo del estado de Chiapas (SDC) (o Secretaría de Desarrollo Rural, según su denominación anterior) que empezaron efectivamente las reflexiones y trámites para obtener una IG²⁵⁸.

El proyecto de IG para el queso Bola de Ocosingo surgió en la SDC a principios del 2004. Fue iniciado por la subsecretaría de comercialización de la SDC, en la dirección encargada del registro de marcas y de la organización de la “feria de productos no tradicionales” de Tuxtla²⁵⁹. Esa iniciativa se inscribía entonces en una política de promoción de los productos chiapanecos, que sigue hasta hoy bastante desarrollada en Chiapas. El gobierno del estado de Chiapas enfocaba de hecho parte de sus esfuerzos en la valorización de las producciones locales y alternativas, en particular en el ámbito agropecuario y artesanal. De hecho apoyó a las 3 DO de Chiapas (el café, el ámbar y el mango

²⁵⁷ Proceso que primero fue asociado a los grandes productores, antes de extenderse en un segundo tiempo hacia los campesinos (ejidatarios, comuneros y pequeños productores) desde unos 20 años, en relación con los cambios del contexto (en particular con el TLCAN y las políticas de liberalización) (ver por ejemplo en Cochet *et al.*, 2006 para más detalles sobre ese proceso).

²⁵⁸ Según los entrevistados, no hemos identificado un vínculo entre la iniciativa y las iniciativas anteriores, aunque es posible que tuvieron alguna influencia.

²⁵⁹ El término de productos “no tradicionales”, al contrario de lo que parezca, designa todos los productos que no son convencionales, que tienen un carácter “poco habitual” en los mercados estándares, como ciertos tipos de frutas, de carne, o productos elaborados (dulces, salsas, etc.). Incluye en realidad todos los productos que calificamos de “tradicionales” en este trabajo, es decir los productos locales, como por ejemplo los quesos tradicionales. Esa feria se organiza en Chiapas desde el año 1997, y desde 2007 ha sido asociada con una feria sobre productos orgánicos.

ataulfo), que han hecho de Chiapas el estado con mayor número de DO²⁶⁰, así como otras iniciativas en torno al comercio justo y la producción orgánica. Habiéndose además enterado de lo que había realizado el estado de Michoacán, con sus más de 20 MC, en particular la del queso Cotija, la SDC buscó productos “pilotos”, para desarrollar esa estrategia, y se interesó entonces por el queso Bola de Ocosingo; pues el enlace local de la SDC estaba trabajando ya desde 2002 con los productores de queso.

En el 2004, la SDC, a través de la subsecretaría de comercialización y de su oficina regional localizada en Ocosingo, invitó a los productores de queso Bola de Ocosingo a entrar en un proyecto para la obtención de una denominación de origen, y respondieron unos 10 queseros, quedando al final 8 en el proyecto. El planteamiento inicial de la SDC era que de esa forma se podía evitar las imitaciones, dar a conocer y reconocer ese producto y lograr ampliar su mercado, en particular en mercados nacionales y de exportación. La SDC propuso a los queseros reunirse y formar una sociedad entre productores de queso Bola para trabajar juntos y solicitar una IG. En las diferentes reuniones y discusiones, se fue conformando bastante rápidamente el proyecto. Se solicitó primero el IMPI para ver cómo obtener una DO. El IMPI aconsejó solicitar una Marca Colectiva²⁶¹ (por lo menos en un primer momento), y se hizo tal solicitud en enero del 2005. El IMPI explicó a los productores que lo que se requería para obtener una MC era formar una asociación, y elaborar las reglas de uso, siguiendo un guión y consejos proporcionados por el IMPI.

Se formó en el 2004 la Sociedad Agropecuaria e Industrial Quesera de Ocosingo (SAIQO), con 8 integrantes que designaron a la dueña del rancho Laltic y de la quesería asociada como presidente. Por otra parte, se involucró también a la Universidad Tecnológica de la Selva de Ocosingo, para realizar los estudios necesarios (técnicos²⁶², pero también sobre aspectos históricos). El proceso implicó entonces la SDC, los productores y la Universidad Tecnológica de la Selva de Ocosingo (UTS), haciendo algunos análisis sobre la composición y las características del queso Bola. La SDC hizo el diseño de la MC y de las etiquetas. La MC “Queso Bola de Ocosingo Chiapas” se obtuvo un año y medio después del inicio del proyecto, en octubre del 2005, 9 meses después de la solicitud oficial presentada por la SAIQO.

²⁶⁰ Que sin embargo casi no son utilizadas...

²⁶¹ Como en otros casos, el argumento del IMPI fue que la MC era algo más fácil de obtener, “*menos político*”. Su otro argumento era que los productores fueran dueños de la MC, mientras que la DO sería propiedad del gobierno.

²⁶² Caracterización físico-química y microbiológica del queso Bola. Véase en Vázquez *et al.* (sin fecha). Ese documento presenta también algunas reflexiones sobre el anclaje territorial del queso, y es de hecho el único documento que atestigua de una reflexión en ese sentido.

Las reglas de uso es un documento corto y sencillo, de 5 páginas, compuesto de los elementos siguientes (ver en anexo 10):

- Un preámbulo, que recuerda que el queso Bola de Ocosingo se hizo por primera vez en 1924 en el rancho Laltic y que plantea que la particularidad del queso es su sabor, lo cual se explica por las *“características especiales”* de la leche en relación con *“aspectos naturales como la altitud, clima, tipo de suelo, pastos”*;
- Se define el titular de la MC (la SAIQO) y el objeto de la asociación (realizar *“actividades agropecuarias de transformación agroindustriales de servicios y comercialización”*);
- Se explicita las condiciones para el uso de la MC: ser miembro de la SAIQO²⁶³ (lo cual implica hacer una aportación inicial de 25,000 pesos, en pesos de 2004, que corresponde en particular en la inversión para la quesería colectiva); *“obtener un resultado favorable en los estudios nutricionales (físico-químico) realizados por la UTS; o el organismo designado”*; cumplir con las reglas de uso; y ostentar la MC con los diseños y colores definidos. Cada nueva autorización deberá ser notificada a la SDC y al IMPI.
- Se explicitan varias *“normas de calidad”*: relleno de queso doble crema, madurado 21 días; doble forro con leche descremada; tamaño (10 cm de diámetro) y forma (semiesférica); peso y composición (de acuerdo con las cifras presentadas en la Tabla 14);
- Se designa a la UTS (u otra institución autorizado por la asociación) como organismo encargado de verificar el cumplimiento de las normas de calidad, en coordinación con la SDC y la secretaria de salud;
- Se define las reglas de colocación del signo distintivo de la MC, las prohibiciones de uso y sanciones;
- Se nombra a 7 productores autorizados para utilizar la MC.

Las reglas de uso no dan ningún elemento específico en cuanto a la producción de leche (condiciones de producción, delimitación del área de recolección, calidad, etc.), ni sobre los procesos e ingredientes utilizados para elaborar queso (condiciones de producción; pasteurización o leche cruda; uso de sal, cuajo, y autorización o prohibición de otros insumos). Se limitan a algunos elementos alusivos, generales o escasamente precisos: se habla de un relleno de queso “doble crema” sin definirlo, los controles se refieren a aspectos “nutricionales” (que de hecho se limitan a determinar la composición en grasa, humedad, y proteína), sin establecer frecuencia ni procedimientos de controles. Sólo algunos elementos sobre el queso Bola son claramente

²⁶³ Además del requisito de aportación inicial, el solicitante debe ser originario de Ocosingo y ser productor de queso Bola dentro del municipio.

explicitados: la forma, el peso (sin prever cierto margen para el peso y el diámetro), y las condiciones para pertenecer a la SAIQO y usar la MC.

Así, la MC y sus reglas de uso se resumen a una definición simplista del queso Bola, dejando de lado aspectos claves de los elementos que participan en su calidad específica. Constituyen esencialmente la definición de un derecho de uso, que excluye quienes no son miembros de la SAIQO de la posibilidad de usar la marca. La MC forma así un efectivamente una modalidad de apropiación, dentro una estrategia caracterizada por la estandarización de la producción y sobre todo el control exclusivo de la producción y comercialización por un grupo de queseros.

5.3.2.2 Estrategias definidas tras la obtención de la MC del Queso Bola de Ocosingo: hacia la uniformización y nuevas modalidades apropiación del queso Bola de Ocosingo

En el proceso de calificación del queso Bola de Ocosingo, la cuestión de la definición de la calidad se ha desarrollado principalmente sobre una consideración técnico-industrial: estandarizar y uniformizar la calidad y las técnicas, definir parámetros constantes, implementar nuevas tecnologías, etc. Esa visión ha sido sostenida principalmente por dos actores: la UTS y el Instituto de Salud de Chiapas. La UTS, a través de su departamento de tecnología de alimentos, propuso desde el inicio del proyecto acompañar a los queseros, con los cuales había ya trabajado desde 2001 (organizando capacitaciones para los queseros sobre buenas prácticas y elaboración de diferentes lácteos, mandando a sus estudiantes a hacer prácticas en las queserías, organizando e implicándose en las ferias del queso, etc.). La UTS dispone además de su propio taller producción de queso, y produce queso Bola desde el año 2004. Para la redacción de las reglas de uso, la UTS colaboró con la SAIQO y la SDC, y realizó análisis para caracterizar el queso y proponer un “estándar” (en términos de composición y tamaño, de tiempo y condiciones de maduración). Planteó la necesidad de *"caracterizar [el queso Bola] para estandarizar y garantizar la inocuidad"* (Vázquez *et al.*, sin fecha). Su participación se hizo aun más fuerte en el marco del proyecto Desarrollo de Capacidades en el Sureste de México (financiado por la Agencia Americana para el Desarrollo Internacional; realizado en colaboración con la Universidad de Illinois y de Querétaro) entre 2006 y 2009. Se hizo diferentes estudios (por ejemplo sobre "El Queso de bola, como producto artesanal de impacto turístico") y se entregó maquinaria y equipo a productores de queso.

Aprovechando los vínculos creado por la SDC con los productores, el Instituto de Salud, o “Salubridad”, intensificó su interacción con los queseros de Ocosingo. De hecho, según algunos queseros, uno de los objetivos del proyecto de MC era conseguir la atribución de apoyos para poner las queserías conformes a la reglamentación sanitaria, y poder seguir en la actividad. Salubridad les

explicó que pronto la pasteurización sería efectivamente obligatoria (tal como lo obliga la normativa desde 1994), y que deberían cumplir con este requisito o cerrar su negocio. Así se vino poco a poco difundiendo esa idea en la mente de los queseros de Ocosingo, especialmente entre los que participaban en el proyecto de marca colectiva del queso Bola (y luego en el proyecto similar para el queso Crema de Chiapas). Desde el año 2007, la UTS se implicó entonces en la búsqueda de alternativas, con la idea de que se debía cumplir con las “especificaciones alimentarias a nivel mundial”, para poder exportar el queso Bola. Se organizó capacitaciones sobre la pasteurización lenta y rápida, se hizo diferentes análisis para comparar el queso Bola hecho con leche pasteurizada, inoculada o no, y con leche cruda²⁶⁴. También en el 2009, se pensaba trabajar sobre la técnica de ozonificación como método microbicida, en colaboración con Salubridad, pero el proyecto tenía retraso, y no había avances a final del año 2009. Cabe destacar que los diferentes organismos consideraron que era algo necesario e inevitable: no hubo realmente un debate para saber si la pasteurización era la mejor opción, y para reflexionar sobre las diferentes implicaciones del abandono de la leche cruda.

Frente a las prerrogativas de Salubridad, los integrantes de la SAIQO aceptaron empezar poco a poco a utilizar el proceso de pasteurización lenta (calentando la leche a unos 63° durante 30 minutos)²⁶⁵. En relación con la presión ejercida por Salubridad para adecuar los talleres queseros a la estricta normativa, y de acuerdo con la idea de estandarización y uniformización de la producción (en particular para “exportar”), se planteó la solución en el 2005-2006 (propuesta por la SDC) de juntar la producción de queso Bola de los miembros de la SAIQO en una misma quesería, para uniformizar la producción, “*que todo el queso sea igual*”, respetando las reglas de uso. Los socios de la SAIQO pusieron a disposición un terreno para construir la quesería (en el rancho Laltic), y recibieron un apoyo de la SDC para comprar material (la SDC y SEDESOL financiaron el 70% de los equipos y de la construcción de la quesería; el resto se pagó con el aporte inicial de los socios a la SAIQO). La SDC apoyó también a los queseros de la SAIQO para la compra de equipos para sus propias queserías (tinas, descremadora, mesas de trabajo).

Se construyó la quesería colectiva en el 2007, con la idea de elaborar allá todo el queso de Bola con marca colectiva de la SAIQO (cada socio manteniendo aparte su propia actividad); sin embargo,

²⁶⁴ Se encontraron diferencias en términos de textura y sabor. En términos de inocuidad, los análisis de la UTS no mostraron problemas de inocuidad con el queso Bola hecho con leche cruda. Esos trabajos no dieron lugar a una publicación. No hubo un estudio o una reflexión particular sobre las consecuencias de la pasteurización a nivel de la organización y de los impactos socio-económicos de la pasteurización.

²⁶⁵ Aunque no tal vez no lo hagan siempre y para todos los quesos. Así, varios queseros afirmaron que pasteurizaban la leche para el queso madurado, sin inocular bacterias lácticas; lo cual parece raro puesto que un queso pasteurizado no inoculado difícilmente podría madurar.

en enero del 2009, la fabrica todavía no se había puesto en marcha, a pesar de tener el edificio y los equipos listos: *“El proyecto es trabajar en grupo, pero no se pudo hasta ahora por los obstáculos, las piedritas; y no hay dinero para empezar [comprar leche]. La idea es que todo el queso sea igual. Todos los socios somos queseros por herencia; queremos unificarnos frente a los que vinieron de otros lados. Somos los legítimos herederos. Se debe unificar los conocimientos y hacer queso de calidad”* (entrevista con un quesero, Ocosingo, 2009). Según los miembros de la SAIQO, faltaba arreglar la máquina para pasteurizar y otros detalles, entre otros el dinero para empezar; esperaban además un apoyo del gobierno para comprar leche. Se preveía así echar a andar la quesería colectiva en el primer semestre del año 2009²⁶⁶.

La SAIQO incluye productores de la rama “legitimista” (herederos de Doña Elvira) y un productor sin lazos familiares con la famosa doña Elvira. En el 2009, integraba a unos 10 socios, de los cuales 3 tenían una producción efectiva (los demás dejaron la producción, o son familiares de los queseros). En el transcurso del proceso de calificación, tres queseros se salieron del grupo (y uno murió). Según los que salieron, había cierta inconformidad de los miembros excluidos frente al manejo de la asociación, entre las aportaciones y los créditos obtenidos, sin que, según ellos, se supiera a que exactamente se destinaban el dinero. Desde el punto de vista de los socios de la SAIQO, el problema era que estos no querían cooperar a nivel financiero.

Lo que importa realmente destacar en este conflicto es que excepto los miembros de la SAIQO, los demás queseros supuestamente no pueden utilizar la mención “Queso Bola de Ocosingo, Chiapas”, amparada por la MC. La integración en la asociación requiere que sea aceptada por unanimidad entre los demás socios, quienes de hecho no contemplaban en el 2009 la integración de otros productores. Para ellos, la MC y su agrupación en la SAIQO debe permitirles *“hacer queso de calidad, con reglas de uso, y que sea nada mas un queso hecho en Ocosingo, protegido de las imitaciones”*; *“lo sabemos hacer [el queso Bola] por experiencia, por herencia, lo sabemos hacer; somos los legítimos herederos. Para la gente, la marca colectiva es una garantía; lo vemos en las exposiciones. Cada quesería trabaja con las reglas de uso, y así está bien”* (entrevista con un quesero, Ocosingo, 2009). Sin embargo no hay claridad sobre la cuestión del derecho de exclusividad sobre la mención “Queso Bola de Ocosingo, Chipas”, ya que según la ley no se puede proteger con una marca (aun colectiva) las denominaciones geográficas y palabras generales como queso. Para los miembros de la SAIQO, *“los otros pueden también hacerlo, según lo que les dijo el IMPI, pero no de la misma forma”*, y no con ese nombre. De hecho existen algunas tensiones, entre los dos grupos, los de la SAIQO reivindicando producir el único queso de Bola legítimo, por ejemplo durante las ferias o

²⁶⁶ Al final se inauguró oficialmente en octubre del 2009. La SAIQO tiene desde final del año 2010 un sitio internet: ver <http://www.desarrolloemp.com/quesobola/>

incluso en internet²⁶⁷. Los demás productores afirman por su parte que no deben cambiar el nombre de su queso, que también son productores legítimos de queso Bola de Ocosingo. Algunos están sin embargo pensando en elegir otro nombre (“queso forrado”, “queso barrilito”, etc.), frente a las incertidumbres en cuanto a la prohibición del uso de la denominación “Bola de Ocosingo”):

“En parte es bueno, era buena idea [la marca colectiva]; porque sí sería necesario proteger el queso bola; pero ellos [de la SAIQO] quieren agarrar que solo ellos puedan hacer queso bola. Quieren que sea su negocio, no les importa tanto la calidad, quieren controlar el mercado de la leche y el del queso. Querrían que lo haga de menor calidad. Deberían entrar más, ser todos los queseros. Hay un quesero en Chilón, Carlos, que hace queso bola desde más tiempo que los de la MC, desde su papá, y lo quieren cerrar. Si lo que vale es lo que hay adentro. Pero si hay que cambiarle de nombre, lo haremos y ya, le pondremos “queso barrilito”, o lo que sea.” (Entrevista con un quesero, Ocosingo, 2009)

A nivel político, la iniciativa alrededor del queso Bola ha sido apoyada y utilizada por el ayuntamiento. En el plan de desarrollo municipal de 2008, se mencionó dentro de las perspectivas para el municipio el potencial de producciones locales, como el queso Bola, “*para su inserción en nichos de mercado a nivel internacional y nacional*” (Solórzano, 2008: 124-125):

“En la actualidad, se cuenta con una marca colectiva para el Queso de Bola de Ocosingo, otorgada para un grupo de trabajo de queseros unidos, donde se desarrollan diversas actividades para que este Municipio sea parte del reconocimiento del territorio en la producción del Queso Chiapas²⁶⁸.

Objetivos específicos:

- *Impulsar la creación de fami empresas [sic], que generen el valor agregado a los productos del sector primario.*
- *Organizar a los productores e industrializadores de productos lácteos, para conseguir la denominación de origen y el registro de las marcas.*
- *Facilitar a los grupos de trabajos y organizaciones para poner en marcha pequeñas y medianas empresas productoras e industrializadoras.”*

En su diagnóstico, el ayuntamiento considera la actividad quesera como una actividad agroindustrial “incipiente”, con bajo nivel tecnológico, y con un potencial para la exportación escasamente aprovechado. Sus propuestas consisten entonces en apoyar la adquisición de nuevas tecnologías, la adecuación de los talleres queseros a la normativa y la producción de “*productos lácteos con cualidades de exportación*”; y por otra parte apoyar la promoción a través de la feria anual del queso de Ocosingo, e integrar los productos locales en la oferta turística local (que sin

²⁶⁷ Ver el comentario sobre el artículo del Diario de Palenque de agosto del 2010 en la página: <http://www.diariodepalenque.com/nota.php?nid=20221>

²⁶⁸ Cabe notar en esta citación la confusión entre el proyecto de MC para el queso crema de Chiapas (queso Chiapas), y la MC del queso Bola.

embargo es sobre todo enfocada a la noción de turismo ecológico, en la Selva Lacandona). Sin embargo, concretamente, el apoyo del municipio a los queseros consistió principalmente en la organización de la feria del queso de Ocosingo (la “expo Queso”), que se ha realizado cada año durante las fiestas patronales del pueblo en el mes de agosto²⁶⁹. El queso fue movilizadopor el gobierno municipal como marcador de la identidad de la ciudad, al poner como título en su página internet “Ocosingo, la ciudad del queso” (equipo municipal 2008-2010). Se preveía también incluir una sala sobre la quesería en el proyecto de museo municipal. A nivel de la ganadería, se aplican los diferentes programas de apoyo que se ofrecen en el resto del estado y del país (a través de la Alianza para el Campo): apoyo para la compra de ganado, en particular de sementales de raza fina, el programa de lucha contra la tuberculosis y brucelosis (más aplicado en Chiapas, por su situación de estado fronterizo y su estatuto de proveedor de ganado para los engordadores estadounidenses), y el apoyo a la siembra de pastos inducidos. Pero aparte, el ayuntamiento no desarrolló acciones específicas para apoyar a la producción quesera.

Por su parte, el gobierno estatal, a través de la Secretaria del Campo, fue el principal promotor de la MC: iniciativa del proyecto; acompañamiento de la SAIQO (formación de la sociedad; seguimiento por el enlace local) y de la obtención de la MC (realización del logotipo, relación con el IMPI, etiqueta, etc.); apoyos individuales y colectivos (equipos, quesería colectiva); apoyo a la feria del queso de Ocosingo (con la particular visita del gobernador en el 2009) e invitaciones a otras ferias en Tuxtla, Campeche, Tijuana; organización de una cata de queso por un catador profesional en la feria del queso de Ocosingo en agosto del 2010. La implicación de la SDC ha sido a la vez bastante significativa, al ser al inicio del proyecto de MC y de su obtención, y al impulsar y apoyar la construcción de la quesería colectiva. Sin embargo, fuera de esos aspectos, su presencia e intervención ha sido limitada. No delimitó reglas ni objetivos concretos para el grupo de queseros en cuanto a su formación, su dinámica, el proceso de definición de las reglas, etc. Frente a los requisitos formulados por el Instituto de Salud de Chiapas, la SDC no adoptó una posición en pro ni en contra, considerando que era algo fuera de su competencia, y que debía ser tratado entre los productores, Salubridad y la UTS. No se dio cuenta de las tensiones existentes dentro del grupo, ni de la cuestión planteada por la pasteurización. En el 2009, la SDC ya casi no trabajaba sobre el proyecto de queso Bola, que consideraba como terminado y cumplido²⁷⁰, y concentraba ahora sus esfuerzos sobre el

²⁶⁹ Además de la exposición y venta de quesos, se organiza diferentes concursos alrededor del tema del queso: concurso de platillos, de dibujos, conferencias, talleres, etc. y se exponen otros productos artesanales locales (productos de miel, y artesanías indígenas). Es entonces un evento importante en Ocosingo, donde se ostentan tanto los elementos de la cultura ladina como indígena.

²⁷⁰ Pero sigue invitando los productores en ferias y expos.

queso Crema de Chiapas, que además tiene un impacto a nivel de todo el estado, y en el cual participaban 10 queseros de Ocosingo y 2 de Chilón.

A fin de cuentas, la lógica que dominó en el proceso de calificación fue al cruce entre una lógica industrial de uniformización, y una lógica comercial de apropiación privada y de exclusividad de uso de una marca.

5.3.3 Síntesis del proceso de calificación del queso Bola de Ocosingo

Se propone en este apartado esbozar una síntesis sobre el proceso de calificación del queso Bola, el nivel de activación logrado, y las perspectivas futuras para la producción de queso en Ocosingo. El proceso de calificación condujo a la obtención de una marca colectiva, incluyendo una mención sobre el origen geográfico del producto. De tal manera, se puede considerar la MC del queso Bola como una indicación geográfica. Es difícil hacer una evaluación de los impactos que ha tenido esa marca en el sistema productivo local, pues apenas se empezaba a utilizar al principio de 2009, cuando se hicieron las entrevistas. El precio del queso Bola no parece haber sufrido un impacto significativo por el proceso, pues ya era bastante elevado²⁷¹. Sin embargo el proceso reforzó y estabilizó el reconocimiento de este queso, apoyándose también en la participación en ferias locales y a nivel estatal; el queso Bola es hoy un integrante de la canasta de productos típicos de Chiapas. Productores de queso Ocosingo fueron también invitados a participar en un concurso mundial de quesos en Londres en noviembre del 2010, vía los contactos que tuvieron con el catador (junto con representantes del queso Crema de Chiapas y del queso de poro de Tabasco). Por otro lado, parte de los productores consiguieron apoyos y créditos individuales y colectivos, para invertir en el aparato de producción. A nivel de las acciones colectivas estructurales y funcionales, se logró conformar un grupo para la obtención y el manejo de la MC. Sin embargo, ese grupo es excluyente, ya que implica solamente 3 de los 8 productores de queso Bola. A nivel transversal, el proceso permitió implicar a nuevos actores: la SDC, Salubridad y la UTS. Acompañaron a los productores, pero también a veces les impusieron algunas opciones, en particular Salubridad con la cuestión de la pasteurización. Pero eso no impidió a los productores apropiarse de la marca, e integrarla en sus estrategias (en particular comerciales), aunque fue de forma muy asimétrica según los productores.

5.3.3.1 Situación de las queserías de Ocosingo productoras de queso Bola

Una presentación detallada la estructura y funcionamiento de las queserías de Ocosingo se presenta en la monografía 2. En el 2009, los productores de queso Bola de Ocosingo son solamente 8

²⁷¹ Si a nivel local los precios no aumentaron, cabe destacar que fuera de Ocosingo, un queso se vende bastante caro, de 140 pesos/Kg. en Tuxtla hasta más de 200 pesos/Kg. en tiendas de México.

en Ocosingo²⁷² (de un total de 15-20 queseros) y, al parecer, también había un quesero de Chilón que hace desde varias décadas queso Bola. Sin embargo, esa cifra baja no significa la decadencia de ese producto, pues siempre hubo muy pocos productores de queso Bola. Pero con 9% del volumen total, el queso bola representa un producto de segunda importancia en términos de volumen, aunque su importancia identitaria es fuerte, lo cual repercute también en un nivel de precio más alto que otros quesos. Así, mientras que el queso tipo Chihuahua representa más del 45% de la producción total, el mantenimiento del queso Bola dependerá del refuerzo y aprovechamiento de su especificidad, como marcador de identidad, y a la vez como oportunidad económica para los queseros. En efecto, si el aspecto identitario cuenta para los queseros, la lógica del mercado influye más en sus estrategias, sobre todo en el caso de queserías que producen varios tipos de quesos (y así se adaptan a la demanda de su mercado).

En efecto, todos los queseros entrevistados eran bastante optimistas en cuanto al futuro del queso: hay buenas perspectivas, y un buen potencial para el queso de Ocosingo en el mercado local, regional y nacional, por ser una región reconocida por la calidad de sus quesos. Insistieron sobre la importancia del queso en la economía local (a pesar de que tras el conflicto, se desorganizó todo), y en menor medida mencionan también su importancia como tradición local, a defender y a valorizar. Es entonces sobre todo desde el punto de vista comercial que consideraron la MC como parte de una estrategia. En cuanto al conocimiento y representaciones de los queseros sobre las figuras de MC y DO, podemos decir que eran bastante imprecisos. Asociaban la MC con la posibilidad de extender el mercado, de ser reconocido y diferenciado de otros productos, a través del origen del queso y de las reglas de uso (que permiten “uniformizar” la producción). Una MC daría así más valor al producto, según los entrevistados. La figura de DO era aun menos conocida, pues el 33% de los productores no sabían que significaba, y los demás tenían una visión no muy clara sobre las DO. De hecho, para ellos la DO no era realmente una prioridad, sobre todo dado el carácter muy desigual de la distribución del acceso y de los beneficios de la MC (los de la SAIQO estaban satisfechos con la MC que ya tenían; los demás no tenían una expectativa particular sobre la cuestión de las DO).

De hecho, veían como primer problema la falta de leche, más que la falta de mercado o de reconocimiento. El 67% de los entrevistados quisieran aumentar su producción, y ampliar así su oferta, pero son limitados por la falta de leche disponible en la región. Esperaban que el gobierno les apoye con créditos o subsidios para las queserías, y sobre todo para incrementar el hato ganadero y mejorar su productividad (apoyos para la compra de sementales de razas finas, etc.). En efecto, la escasez de leche era considerada como el principal problema para las queserías de Ocosingo, aunque

²⁷² Más un quesero que hace exclusivamente un queso tipo bola fresco forrado en quesillo (no descremado), que puede ser considerado como otro tipo de queso.

por otra parte esa escasez permitía limitar la oferta y la competencia, y por lo tanto el mantenimiento de precios elevados.

A nivel de las evoluciones tecnológicas, la quesería en Ocosingo ha mantenido prácticas tradicionales, sin utilizar nuevos insumos y aditivos (leche en polvo, grasa vegetal, etc.). Sin embargo, la presión que se empieza a dar por la competencia de quesos adulterados podría llevar los queseros a modificar sus prácticas, en la lógica de la selección adversa. Pero esas preguntas no han sido integradas dentro del proceso de calificación, al igual que la problemática de la pasteurización, que ha sido impuesta aprovechando de las arenas creadas por el proceso de calificación. De hecho, siguen muchas dudas e incertidumbres en cuanto al proceso de calificación, que tal vez haya sido un proyecto más que un proceso.

5.3.3.2 ¿Un proceso acabado?

La MC y sus reglas de uso no ofrecen en cuanto a la protección y valorización de la dimensión patrimonial del queso Bola. En efecto, en lugar de institucionalizar los usos tradicionales, conforma más bien un híbrido entre un estándar industrial (pero en realidad escasamente definido), y un derecho de propiedad, que atribuye la exclusividad de la denominación queso Bola de Ocosingo a un grupo limitado, sin reales contra-parte en cuanto a las garantías que deben aportar los queseros en cuanto a su producto. En efecto, la acción colectiva alrededor de la calificación no sido regulada por reglas de segundo orden, dejando la vía libre a la confrontación de intereses y a un consenso impuesto. Eso dio lugar a una nueva distribución de los recursos en el marco del Sial, diferenciándose la SAIQO, con acceso a la MC y derechos de usar y cambiarla, y por otra parte los demás productores, con un futuro incierto en cuanto a sus posibilidades de manejo y uso de queso Bola como patrimonio colectivo.

La SDC no cumplió un papel de regulador del proceso de calificación, ni el IMPI; solamente indicaron y apoyaron a los productores, dejándolos escoger las modalidades de apropiación del producto. Tampoco se tuvo una reflexión real sobre la situación y el futuro del queso Bola, ni sobre las eventuales consecuencias. Se vio nada más la oportunidad comercial para los productores y política para la SDC de generar un reconocimiento oficial a través de una MC. En ese sentido, más que un proceso de calificación, tal vez deberíamos hablar de un “proyecto” de calificación: la MC se ve como una meta en sí, no inscrita en perspectivas territoriales y de mediano plazo.

De hecho, no hay realmente continuación en el proceso (fuera de apoyos para la feria del queso de Ocosingo e invitación para otras ferias y expos), por lo menos por parte de la SDC: apoyó la MC, los productores y la quesería colectiva, y considera que ya cumplió su papel. A pesar de que los

objetivos planteados en un principio (especialmente sobre la captación de nuevos mercados) no fueron todos cumplidos, vio en la obtención de la MC y la construcción de la quesería colectiva el final de un proceso (en lugar del principio). Era suficiente para poder inscribir una nueva línea en los informes sobre el trabajo logrado por el gobierno. Esa situación es de hecho muy común en la relación entre el Estado y la sociedad civil: decir lo que la gente debe hacer y más o menos como, apoyarlos para que lo hagan rápidamente, y considerar la cuestión resuelta porque hay una organización de productores²⁷³. Además, esa política no es objeto de un esfuerzo particular de coherencia. Así, encontramos en el 2009, en una tienda perteneciente al Instituto Marca Chiapas (vinculada con la Secretaría de Finanzas del estado de Chiapas) ubicada en el centro de la ciudad de México, que se vendía un queso de Bola de Ocosingo hecho en el centro del estado... La SDC tampoco se preocupa de los aspectos sanitarios y de la relación entre los productores y Salubridad, a pesar de la importancia de ese asunto en la cuestión de un proceso de calificación para un queso tradicional. En el discurso sostiene lo “tradicional”, lo “artesanal”, el “patrimonio cultural” (SDC, 2010b), pero esos discursos no se concretizan plenamente en sus acciones y su actitud, internamente y en su interacción con otras instituciones.

La oportunidad de acercarse de los queseros vía el proceso de calificación también fue entonces aprovechada por Salubridad para difundir su visión. Gracias a la identificación y el compromiso de los queseros en el marco del proyecto, logró imponer (parcialmente por lo menos) su visión, sin que se generara un verdadero debate. En este caso, el proceso de calificación, al proyectar el producto y sus actores en la arena formal, y confrontarlos con otras visiones, condujo a una paradoja: más que proteger y valorizar un producto tradicional, un proceso de calificación puede acelerar su estandarización y “*generización*”. La UTS y la SDC también participaron de esa lógica, aun que de manera más consensual, sin querer imponer su visión, pero compartiendo tácitamente o explícitamente ese planteamiento de la modernización (tecnológica, comercial) como única esperanza para los quesos tradicionales²⁷⁴. Los productores de la SAIQO, al integrar el proyecto de construcción de una quesería colectiva, aceptaron y validaron esa visión; aunque tal vez no funcionara esa quesería, y que cada uno prefería guardar su producción (lo que de hecho hacían, al mismo tiempo que se suponía que debía empezar la producción en la quesería colectiva). En otros términos, esa alternativa significa abandonar la esencia patrimonial y tradicional del producto, para concentrarse en una puesta en escena del patrimonio y en su apropiación privada. Esta estrategia

²⁷³ Lo mismo ocurrió con las DO del mango Ataulfo del Soconusco y del café de Chiapas, que están casi inactivas en la actualidad, pero siguen consideradas como un éxito de la política de calidad en Chiapas.

²⁷⁴ Encontramos también esta visión implícita en la tesis de Pérez Lucio (2004), en la UA Chapingo, sobre la comparación entre el queso tipo “Bola de Ocosingo” hecho con leche cruda y pasteurizada. A pesar de fuertes limitantes en el diseño experimental (con condiciones y un proceso muy diferente al queso Bola de Ocosingo genuino), se concluye sin matizar que el queso hecho con leche pasteurizada es mejor.

podría más o menos a corto plazo conducir, si se encuentra cierto éxito, a una apropiación del queso por actores externos muchos más potentes (grandes agroindustrias por ejemplo), ya que una vez sacada la sustancia patrimonial de la calidad del producto, sólo queda un nombre, una ilusión que puede ser objeto de una mercantilización.

Estas constataciones al final muestran que la MC, como figura jurídica, no es de por sí una herramienta de desarrollo o de preservación de los patrimonios alimentarios. No significa tampoco que sea algo en contra, sino más bien que es un simple contenedor, el cual es posible instrumentalizar para diferentes fines.

5.3.4 Conclusiones sobre el proceso de calificación del queso Bola de Ocosingo

El proceso de calificación alrededor de la MC del queso Bola de Ocosingo se manejó como un proyecto, dominado por lógicas empresariales de tipo industrial (estandarizar y uniformizar) y comercial (extender el mercado y proteger los productores con una marca comercial). No se incluyó en los objetivos planteados al inicio o en el transcurso del proceso los paradigmas de desarrollo territorial, y de protección y valorización de un patrimonio colectivo local.

Si es difícil de saber si la MC ha tenido un impacto significativo en términos de precios y de mercados, algunas enseñanzas pueden ser sacadas de este ejemplo. Si se obtuvo efectivamente una IG, con la marca colectiva “queso Bola de Ocosingo-Chiapas”, el manejo y el uso de esa MC queda reservada a un pequeño grupo de productores, quien la controla, y excluye los demás productores de queso Bola. Las reglas de uso garantizan escasamente la dimensión patrimonial de ese queso, y se concentran en asegurar la exclusividad del uso de una denominación para fines comerciales. Así, si la MC ha participado en un mayor reconocimiento del queso Bola de Ocosingo, también ha participado en disociar la dimensión patrimonial de esa producción y su anclaje en un sistema productivo territorial e idiosincrásico. Así, si hasta la fecha, el queso Bola con MC sigue siendo el mismo que previamente, pero si los integrantes de la SAIQO lo deciden, pueden libremente cambiar el proceso, y guardar la misma denominación. Además, los otros productores de queso, algunos de ellos produciendo queso Bola, desde más de 40 años, se ven de alguna manera relegados como productores de segunda zona, “ilegítimos”.

Entonces, si ese proceso de calificación corresponde bien al establecimiento de nuevas modalidades de apropiación del bien colectivo complejo “queso Bola de Ocosingo”, esta apropiación ha sido asimétrica, al excluir actores que *a priori* se podían considerar como legítimos (para su manejo y su uso), y que de hecho tenían acceso a ese bien colectivo previamente. Este ejemplo

ilustra un hecho clave: una MC no es una herramienta para el desarrollo territorial por naturaleza, pero se vuelve como tal en ciertas condiciones (en función de los actores implicados, de sus objetivos, del consenso que emerge en las arenas vinculadas, de las reglas de uso, etc.)²⁷⁵. De la misma forma, crear una dinámica colectiva, con acciones colectivas funcionales y estructurales, no garantiza de por sí la inclusión, la equidad y no alimenta necesariamente un proceso de desarrollo colectivo (o territorial). Tras esa experiencia, los queseros de Ocosingo participan ahora en otro proceso de calificación territorial para el queso Crema de Chiapas. Ese proceso se plantea de una manera totalmente diferente, siendo por el momento más inclusivo, y juntando tanto queseros de la SAIQO como otros, así como otros queseros de todo el estado. Será de hecho tal vez más difícil de manejar un proyecto a esa escala, y lograr obtener un consenso entre todos. Ese proceso plantea de hecho otras preguntas, y será interesante compararlos más adelante.

En fin, enfocarse en la calidad requiere una visión sistémica. En este caso, al excluir la cuestión de la producción de leche y sus actores, se deja de lado una problemática fundamental, la de garantizar un abasto en cantidad suficiente, y de buena calidad, para asegurar la perennidad del queso bola. El caso del queso Bola de Ocosingo ilustra entonces la complejidad de los procesos de calificación, los riesgos inherentes a abarcar esa complejidad e integrar en una reflexión sistémica e inscrita en el tiempo. A pesar de implicar a pocos actores (con solamente 8 productores de queso, y algunas instituciones), y ofrecer por lo tanto condiciones más favorables para lograr acciones colectivas (como lo mostró Olson, 1971), la consolidación de la acción colectiva ha sido escasa y de poca amplitud. La simplificación de los procedimientos, por la exclusión de algunos, la imposición del camino a seguir, y la evacuación de parte de las problemáticas ha permitido avanzar rápidamente; pero tal vez a medio o largo plazo, esos avances mostraran sus límites, por lo menos desde el punto de vista de la valorización y protección de un producto tradicional y su territorio. Seguiremos esa reflexión en la discusión final, poniendo de relieve ese caso con lo ocurrido en el caso del queso Cotija, y del queso Crema de Chiapas.

²⁷⁵ El fracaso de las DO del café Chiapas y del mango Ataulfo ilustra también que la figura no hace todo.

Fuerzas

- Calidad de la leche y del queso. Fama e identidad particular del queso.
- Infraestructuras (carreteras, luz,...).
- Redes comerciales existentes y técnicas de mercadeo básicas (presentación, marcas, tiendas).
- Promoción del producto (cata, ferias, exposiciones) y obtención de una MC tipo IG.
- Acercamiento entre las dependencias y el sector quesero.
- Organización de los productores.
- Capital humano de los productores.

Debilidades

- Escasez de leche en la zona; y no inclusión de la problemática lechera en el proceso.
- Exclusión de parte de los productores de queso Bola y tensiones. Apropiación casi privada de la MC.
- Reglas de uso con poco vínculo con el anclaje territorial del producto.
- Carácter parcial del proyecto, tanto en sus planteamientos/objetivos como en los actores integrados.
- Proyecto considerado como casi acabado por los actores, en particular la SDC.

Oportunidades

- Reconocimiento de una norma o de una DO para el queso Bola de Ocosingo.
- Consolidación y difusión de la fama en el país. Desarrollo de nuevos nichos de mercado.
- Complementariedad con los otros quesos y efectos "spill-over" (en particular con el queso Crema)
- Creación de una red para la promoción y defensa de los quesos tradicionales mexicanos.

Amenazas

- Marco legal e institucional (normas sobre quesos, inadaptación de la MC, etc.).
- Incertidumbre sobre la denominación; falta de referencia legal.
- Estandarización del producto (pasteurización, quesería colectiva), pérdida de identidad, despatrimonialización del producto.
- Imitaciones y usurpaciones, aun dentro del ámbito de las acciones del gobierno de Chiapas.

Tabla 15: Fuerzas, debilidades, oportunidades y amenazas del proceso de calificación del queso Bola de Ocosingo

5.4 El queso Crema de la Costa de Chiapas: hacia un reconocimiento oficial

La Costa de Chiapas es una zona conocida y reconocida por su producción quesera. Si sus queserías ofrecen una cara múltiple e incluso a veces ambigua, entre tradición e innovación, entre autenticidad y adulteración, mantienen algunos rasgos propios. Sus quesos siguen así reputados por su calidad, a nivel regional pero también nacional. Son esos rasgos propios que hoy se buscan valorizar a través de la obtención de una marca colectiva “Queso Chiapas” para el queso crema del estado de Chiapas, su queso más típico y distinguible. En tanto que inicia un proceso de calificación del queso Crema, ese proyecto puede participar en la activación de una nueva trayectoria de desarrollo para el sistema productivo quesero de la Costa de Chiapas. Pero requiere de una capacidad de acción colectiva que hasta la fecha no ha sido movilizada, y de la cual dependen las modalidades de apropiación y aprovechamiento de los recursos territoriales. Nuestra interrogación será entonces ver en qué condiciones y términos los actores implicados plantean la calificación del queso Crema, vía la obtención de una MC. Analizaremos la manera con la cual se desarrolla ese proceso, y cuáles son sus consecuencias en una región meramente quesera, la Costa de Chiapas. Será enfocada la cuestión de la pertinencia de la MC para valorizar el renombre y la calidad específica del queso Crema.

Un sesgo metodológico debe ser tomado en cuenta: el proyecto de MC concierne no solamente la Costa de Chiapas, sino la totalidad del estado de Chiapas. Pero como lo indicamos en la parte metodología, se intentó limitar ese sesgo, al movilizar el trabajo de campo hecho en Ocosingo (otra región incluida en ese proyecto), y con entrevistas y observaciones participantes hechas durante las reuniones estatales. Otro sesgo fue que en este caso, la MC aun estaba (y sigue estando) en proceso, por lo cual es aun más difícil vislumbrar resultados y aun menos impactos. Sin embargo, esa situación es también una ventaja, ya que permitió observar “in situ” y en vivo las primeras etapas del proceso.

Primero se presentará la génesis y la situación actual de la cuenca quesera de la Costa de Chiapas. Una presentación detallada del Sial quesero de la Costa de Chiapas y de la producción de queso Crema es disponible en la monografía 3. Se analizará en seguido los recursos territoriales que, al ser incorporados al queso Crema de la Costa, especifican su calidad, antes de interesarse por la puesta en marcha del proceso de calificación, vislumbrando la obtención de una MC.

infraestructuras viales, al drenaje (70%) y a la luz²⁷⁷ (90%). El analfabetismo alcanza 17%, y el nivel promedio de escolaridad es de 5.4 años.

Por su clima cálido, subhúmedo y ventoso (particularmente en la temporada seca), la región ofrece características más adecuadas para la ganadería que para la agricultura. La temperatura promedio mensual varía entre 27 y 30 °C, y las precipitaciones, concentradas entre mayo y octubre, están comprendidas entre 1 450 mm en la parte norte y 1 700 mm en el sur de la región. Se trata entonces de un clima *a priori* poco adecuado para la producción de quesos, caliente y húmedo. Sin embargo los queseros han sabido convertir esas desventajas en una originalidad que marca la identidad del queso de la Costa, como se verá más adelante.

Entre el 40 y el 50% de la población económicamente activa de la Costa se ocupa en el sector primario. La agricultura sólo usa el 5.7% de la superficie, de la cual la mitad se dedica al maíz. Otros cultivos importantes son el mango, la sandía y el café en las parte altas. Los pastos ocupan el 66% del territorio, y la ganadería bovina representa 65% del producto bruto (PIB) agropecuario de la región, alcanzando la leche el 26% ella sola (o sea 40% del PIB pecuario, contra 55% para la carne bovina), según datos del INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) para el año 2004. Si adicionamos a esa cifra el producto de la agroindustria lechera (y quesera en particular), es evidente la importancia clave de la cadena lechera en la vida económica regional.

5.4.1.2 Una cuenca lechera y quesera importante en el contexto estatal

Chiapas es un estado lleno de historia y de historias. La diversidad de su medio natural ha constituido un ámbito ideal para la expresión de la diversidad cultural de las poblaciones que lo poblaron. Si en el imaginario colectivo Chiapas es a menudo asociado a su cultura indígena bastante viva y activa, es también una tierra de ladinos y de mestizos, quienes acomodaron dos culturas, a la vez complementarias y conflictivas. Así Chiapas no es solamente la tierra del maíz, del pozol y de los tamales, es también un territorio ganadero. La actividad ganadera ha conocido un gran desempeño desde la llegada de los españoles, y es hoy una de las actividades económicas más importantes del estado. En el transcurso del siglo XX, se desarrolló una tradición quesera a partir de muchas influencias, cuya apropiación por los chiapanecos dio vida a una verdadera tradición quesera local. Un producto como el queso Crema o el queso de sal son ahora íntimamente asociados a Chiapas, y esa fama es reconocida a lo largo del país.

²⁷⁷ Sin embargo con problemas frecuentes de cortes de luz, especialmente en los pueblos rurales, lo cual, por ejemplo, reduce la posibilidad de usar refrigeradoras y materiales eléctricos en general en los talleres queseros.

Se puede distinguir 3 principales zonas ganaderas bovinas históricas en Chiapas: el Norte, la región Selva alrededor de Palenque y la Costa de Chiapas²⁷⁸, todas caracterizadas por la ganadería de doble-propósito. Recientemente la ganadería lechera ha conocido una expansión significativa bajo la modalidad de sistemas intensivos (ganado Holstein estabulado) y semi-intensivos en la zona de la Frailesca y en el centro. Solamente la región montañosa e indígena de San Cristóbal se caracteriza por la casi ausencia de la ganadería bovina.

El desarrollo del sistema de doble propósito se ha apoyado en dos formas de valorización de la leche²⁷⁹: por un lado la Nestlé, que industrializaba la leche; y al opuesto las queserías artesanales, quien aprovecharon las tradiciones queseras locales o importadas. La cuenca lechera de la Costa de Chiapas se ha desarrollado a partir de esa doble dinámica. Pero su particularidad ha sido que poco a poco los queseros fueron agarrando más importancia frente a la multinacional Nestlé, captando cada vez una mayor proporción de la leche. La Costa de Chiapas se destaca hoy como una cuenca quesera de gran importancia en el estado, y también a nivel del país.

5.4.1.3 Conformación del sector lechero y queso en la Costa de Chiapas

Al final del siglo XVI, ya se hablaba de ricas fincas ganaderas entre Tonalá y Mapastepec (Santiago V. 1989). Hasta el siglo XIX, la ganadería constituía la principal actividad comercial de la Costa, gracias a la posibilidad de conservar y trasladar sus productos (en particular piel, sebo y carne salada) a pesar del aislamiento de la zona. La producción de leche y queso se desempeñó primero en la esfera doméstica: se ordeñaban algunas vacas, para el autoconsumo de leche, queso, crema y mantequilla en los ranchos. No existía un verdadero mercado local para los productos lácteos, y menos la posibilidad de exportarlos.

A partir de la segunda mitad del siglo XIX, la producción quesera pasó poco a poco a la esfera comercial. El queso de sal fue el primer tipo de queso comercializado, por aguantar bastante el transporte (Martínez P., 1998). La cantidad de sal y la práctica del secado²⁸⁰ del queso permitían su

²⁷⁸ También se pudiera incluir a la región de Ocosingo, por lo menos hasta 1994, hasta el levantamiento zapatista y el declive de la ganadería.

²⁷⁹ Además, no se debe olvidar que ese sistema se caracteriza por dos actividades e ingresos, pues los ganaderos venden los becerros al destete o de media-ceba a engordadores mexicanos o norteamericanos. La apertura comercial, en particular el TLCAN, modificó los precios relativos de los diferentes productos de la ganadería bovina, conduciendo los productores a favorecer la venta de becerro al destete en el mercado estadounidense. Por su parte, Cochet *et al.* (2006) señalaron, para la región del istmo de Tehuantepec, un reforzamiento de la orientación lechera de la ganadería de doble-propósito.

²⁸⁰ El queso de sal era expuesto al sol durante varios días, lo cual provocaba un añejamiento acelerado, y secaba el queso. Todavía se realiza esa práctica, pero de forma muy marginal, para algunos consumidores acostumbrados (en general ancianos), especialmente de la zona del Istmo de Tehuantepec. De manera general, lo que hoy en día es conocido como queso de sal es un queso fresco, con un nivel más bajo de sal. Incluso algunos queseros lo denominan ahora el “queso de poca sal”, o el “queso frescal”.

conservación, a pesar de las altas temperaturas. Al principio se mandaba hacia el Soconusco y el Istmo de Tehuantepec, respectivamente al sur y al norte de la Costa de Chiapas, vía los puertos recientemente abiertos. Sin embargo la principal actividad que se desarrolló a raíz de esos puertos fue una intensa explotación de madera: en tan sólo 20 años, gracias a un aflujo sin precedente de mano de obra, se acabó con el bosque nativo (Bassols B., 1974); dejando vía libre para la expansión ganadera...

Es en el siglo XX que se dio un significativo crecimiento de la ganadería (Fletes y Ocampo, 2005). Después de un estancamiento de la actividad entre 1910 y 1938, vinculado con la Revolución y otros conflictos internos, la expansión ganadera se realizó en las áreas ya deforestadas o a deforestar de la región costeña (Villegas, 1997). Con el ferrocarril, inaugurado en 1908, la Costa de Chiapas recibió un fuerte impulso para la comercialización de sus productos, en particular los pecuarios. La quesería costeña empezó así su crecimiento comercial, aprovechando el ferrocarril para mandar quesos a regiones vecinas, incluso hasta la capital del país. La actividad quesera pasó así poco a poco de un estatuto de producción familiar, casera, al de una actividad profesional, realizada en talleres especializados.

El queso Crema, producido en primer lugar en Tabasco y/o el norte de Chiapas a finales del siglo XX, se difundió poco a poco en el resto del estado, llegando a la Costa, en los años 1930-40. Ese queso podría ser originario de Tabasco, aunque no se sabe con seguridad su origen exacto. En cada municipio, existe una o varias versiones sobre el origen de ese queso y su difusión. Según Ortiz-Herrera *et al.* (2010), el registro más antiguo de la producción de queso Crema se remonta al año 1890, en el municipio de Bochil (en el norte de Chiapas). De ahí, se difundió poco a poco en el resto del estado durante la primera mitad del siglo XX: en el centro, la Frailesca, la región de la Selva (Ocosingo-Chilón), etc. En la Costa, la producción de queso Crema empezó en el tercer decenio del siglo XX, con la llegada de queseros y/o de gente que habían trabajado en fincas ganaderas del centro del estado donde se producía este queso. Si el origen de la producción de queso Crema es bastante incierta, con versiones más o menos probables (pues varios queseros que se reclaman herederos del primer productor de queso Crema de la región, y algunos tienden a veces a idealizar el pasado), lo cierto es que ese producto ha sido ampliamente apropiado por los queseros de la Costa, conociendo adaptaciones en función del contexto social y natural, y ha sido plenamente integrados en los usos gastronómicos locales.

En los años 50, llegaron los primeros “Cotijeros” en Tonalá y Pijijiapan²⁸¹: originarios de Michoacán (probablemente de la región Cotija/ San José de Gracia), esos queseros fueron atraídos por la gran cantidad de leche disponible en la zona. Frente al desarrollo del mercado del queso tipo Cotija y a la falta de leche en su región de origen, buscaron nuevas oportunidades para su producción en las zonas tropicales. Aprovecharon entonces de la ganaderización que se dio a partir de esos años en las zonas tropicales del país, y al desarrollo de su orientación lechera, para desarrollar masivamente la producción de queso tipo Cotija para el mercado nacional.

5.4.1.4 De la afirmación de la actividad lechera y quesera en la economía costeña

El proceso de ganaderización en la Costa de Chiapas se aceleró a partir de la década de 1960, gracias a un contexto favorable (precios relativos, crecimiento de la demanda) y a la política activa del gobierno federal en ese sentido. El cebú, introducido en los años 50, se difundió rápidamente en los hatos previamente dominados por el ganado “criollo” (o “corriente”).

La influencia de la empresa Nestlé²⁸² fue importante en el desempeño de la ganadería chiapaneca: su demanda de leche incentivó la orientación lechera de los hatos, y la introducción de nuevas prácticas para mejorar la productividad. La ganaderización²⁸³ y el “auge ganadero”, que se dio entre 1970 y 1985 (Pontigo S., 1999; Álvarez, 1994), permitieron así el “boom” de las queserías en la década de 1970 y 1980. El incremento de la demanda de productos pecuarios (vinculada en particular a la urbanización del país y al crecimiento demográfico) fue favorable para la cadena quesera. El desarrollo de la actividad petrolera en regiones vecinas (Istmo de Tehuantepec y sur de

²⁸¹ Para Villegas (1997), la producción del queso tipo Cotija no se debe a queseros de Michoacán, sino a personas que se fueron para aprender la elaboración de ese queso en Michoacán. Más tarde, en los años 60-70, se instalaron también en la región gente de Acapulco, para producir principalmente queso tipo Cotija. No eran queseros, sino vendedores de queso en Acapulco, que vinieron a la “fuente” para probar suerte en la producción de queso.

²⁸² Nestlé abrió una planta en Chiapa de Corzo en 1971 para la producción de leche industrializada (leche en polvo y concentrada). Instaló centros de acopio en los principales centros de producción lechero del estado, 3 de ellos en la Costa. Su presencia estimuló la producción de leche, aportando a la vez un mercado y un acompañamiento técnico-económico: facilitación de créditos, venta de insumos y equipos, asistencia técnica (Grajales, 1987). En los años 70-80 se introdujeron razas “finas” de ganado, en particular el suizo, para cruzarlo con el ganado cebú ya presente. Se incrementó así el potencial productivo de los hatos. En un primer tiempo, se pudo pensar que la presencia de Nestlé iba a afectar las pocas queserías que existían en ese entonces (Bassols B., 1974). Incluso se afirmó que Nestlé ejercía una competencia “desleal” al ofrecer un precio constante todo el año. Pero se constata más bien, en ese caso, que su papel fue complementario al desarrollo de la agroindustria quesera, e incluso la confortó indirectamente al fomentar la producción lechera.

²⁸³ La ganaderización tomó varias caras, según la situación política y económica; en efecto, se hizo a través del desarrollo de la ganadería privada, en particular en grandes propiedades. Pero desde los años 80 y sobre todo 90, se asistió a un proceso de “campesinización” de la ganadería (aunque algunos autores hablan de un fenómeno de “neolatifundismo ganadero”; lo cual al final atestigua una profundización de la dualidad del sector agropecuario, entre neolatifundismo y campesinización), frente a los bajos precios de los granos básicos, y las nuevas estrategias acumulativas de las poblaciones campesinas, entre agricultura, ganadería, trabajo asalariado y migración.

Veracruz) generó un incremento significativo de la demanda en esas zonas, ampliando el mercado para los quesos de la Costa. Por su parte, la inauguración de la carretera costera en 1962 facilitó la comercialización de los productos finales así como la recolección de la leche.

Según DISPROLTH (citado por Olivares, 1990), en 1987, se producían 375,000 L/día en promedio en la Costa de Chiapas, de los cuales el 83% se destinaba a las queserías, el 13% a Nestlé y el 4% a la venta directa de leche bronca. La agroindustria quesera (AIQ) estaba entonces dominada por la producción de queso “tipo Cotija”, seguido por el queso Crema (Figura 36: Tipos de quesos producidos en la Costa de Chiapas en porcentaje (Fuente: DISIPROLTH, 1988, citado por Olivares, 1990)Figura 36). En 1990, se contaba con unas 200 queserías en la Costa, trabajando cada una entre 50L y 20 000 L/día (Mendoza, 1994). Eran, en su gran mayoría, empresas individuales y familiares, siendo sólo tres las cooperativas dedicadas a la producción de queso (de las cuales ninguna seguía activa en el 2008).

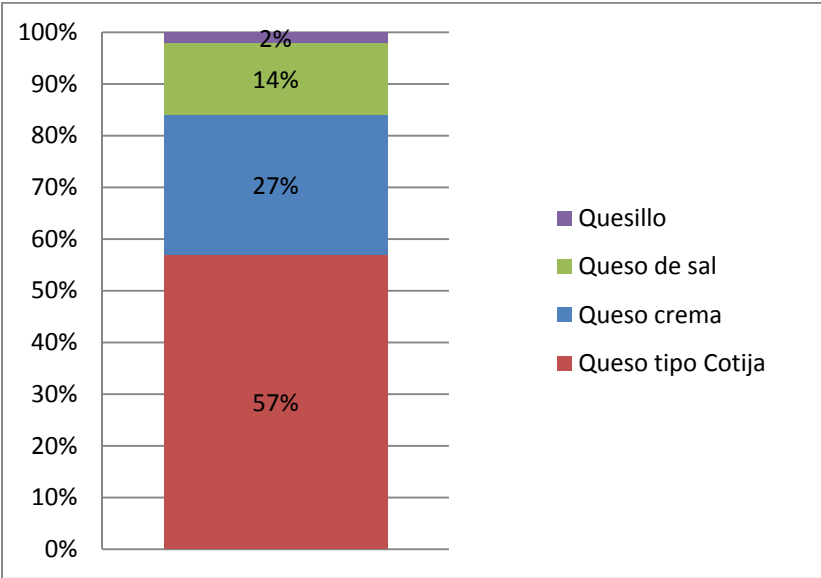


Figura 36: Tipos de quesos producidos en la Costa de Chiapas en porcentaje (Fuente: DISIPROLTH, 1988, citado por Olivares, 1990)

Si la crisis económica que afectó México en la década de 1980 frenó la dinámica general de desarrollo de la ganadería, el sistema de doble propósito resistió bastante bien, gracias al uso limitado que hacía de insumos y equipos externos (alimentos, tecnología, etc.), y su flexibilidad en términos de organización de la producción²⁸⁴. Así la producción de leche no se vio tan afectada en la Costa, y las queserías continuaron su desempeño, a pesar de una retracción del mercado y de la

²⁸⁴ El nuevo contexto político y económico, en particular con las políticas neoliberales, originó diversos cambios, como la modificación la orientación productiva del ganado bovino en Chiapas. Al pasar del 70 al 20% del ganado engordado en el estado, Chiapas se ha especializado entonces en la producción de becerros de destete, y se reforzó la orientación lechera de los hatos.

disminución de los precios relativos del queso. La producción de leche y de queso se estabilizó, en cuanto a los volúmenes producidos, estabilidad que se ha mantenido hasta hoy, con bajas y altas. La crisis económica de 1994, combinada con otros eventos posteriores (huracanes, el Niño, etc.), sacudió la producción de leche y queso, pero sin todavía cuestionar la primacía regional de esta actividad. Al contrario la agroindustria quesera (AIQ) siguió difundiendo, por ejemplo en el municipio Mapastepec (donde casi no había), y recuperó los volúmenes de leche dejado por la casi desaparición de Nestlé del ámbito regional en 1994-95. Hoy en día, si no existen cifras oficiales confiables, se puede estimar que el volumen diario de leche producido a unos 350,000L por día en promedio, de los cuales más del 90% son aprovechados por las 200-300 queserías presentes (desde talleres que procesan 50L diarios hasta los procesan 50,000L).

La emergencia y el auge de la quesería en la Costa se pueden explicar primero por el mercado local muy limitado para la leche fluida. Por lo tanto se buscaron oportunidades comerciales a nivel regional y nacional, siendo la producción artesanal de queso la solución más adecuada. En efecto, la fuerte estacionalidad de la producción de leche (se duplicaba entre el tiempo de estiaje y la mera temporada de lluvias) dificultaba el manejo del aprovisionamiento, para una industria láctea “convencional” como la Nestlé, y cuestionaba la racionalidad de su organización productiva y la rentabilidad de sus equipos y mano de obra a lo largo del año. La heterogeneidad en la calidad de leche entregada, tanto físico-química como sanitaria, constituyó otra limitante mayor. La AIQ artesanal, más flexible, menos tecnificada y exigente²⁸⁵, se beneficiaba en esas condiciones de una ventaja adaptativa. Se puede así explicar, junto con los cambios de estrategia propios a la empresa, la retirada casi total de Nestlé de la zona costera a mitad de los noventa; y el fracaso de Liconsa en mantener un depósito de leche en la Costa, que sólo fue activo entre marzo y junio del 2007²⁸⁶, por falta de leche entregada (5,000L/día en lugar de los 45,000L/día esperados por Liconsa), valida también ese razonamiento.

Hoy en día, la ganadería sigue siendo una actividad primordial en Chiapas, en particular en la Costa. Ésta región cuenta con el 15% de las existencias bovinas, y está en primer lugar para la producción de leche, con el 29% de la producción estatal (según datos del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera, SIAP, para el año 2008). La ganadería y la quesería constituyen el pulmón económico de la Costa. La huelga organizada por los productores de leche en 1998 lo demostró claramente: tras algunos días sin recolección de leche, las tiendas y bancos de las ciudades

²⁸⁵ Por ejemplo, Nestlé requiere ahora que casi cada productor tenga un termo individual, lo que es bastante costoso, y no siempre posible, dados los frecuentes cortes de luz.

²⁸⁶ Según los ganaderos, pedían demasiados requisitos de calidad y condiciones de entrega; sin que los precios fueran suficientemente atractivos

costeñas estaban desiertos, sin clientes, y el gobierno estatal tuvo que actuar rápidamente para detener el conflicto. Eso confirma el carácter vital para la región de ese sector, cuya estructura y modo de funcionamiento informal se inscribe dentro de una realidad territorial (o socio-espacial) compleja.

Desde el final de la década de 1990, y sobre todo desde el principio del siglo XXI, la agroindustria quesera costeña ha conocido una serie de cambios importantes. Integrada desde decenios atrás al mercado nacional, había mantenido algunas especificidades, en particular en cuanto al uso casi exclusivo de leche bronca y a los tipos de quesos producidos. Pero los queseros han tendido a imitar cada vez más lo que se hace en otras cuencas queseras. Así, aparecieron (o se reforzaron) diferentes prácticas, comunes en la AIQ de otras regiones: uso de leche en polvo (especialmente en tiempo de secas), de grasa vegetal, empleo de aditivos (colorantes, saborizantes, y otros). Se desarrolló significativamente la producción de queso tipo Oaxaca²⁸⁷, tomando el lugar del queso tipo Cotija como principal queso producido, representando 46% del volumen de leche procesado (contra 38% por el queso tipo Cotija). De tal forma, la quesería costeña es cada vez expuesta a las influencias y señales del mercado nacional en cuanto a las tecnologías, los tipos de queso y los niveles de precio. Sin embargo, se han mantenido, a pesar de todo, algunas formas de producciones genuinas y tradicionales, especialmente alrededor de algunos quesos, como el denominado “queso Crema”, que sigue representando el 11% del volumen total.

La quesería costeña presenta hoy una cara múltiple, relacionada a la diversidad de los productos, procesos, características de las queserías (volumen, equipos, insumos utilizados, etc.). Ha conocido un fuerte desarrollo, y es hoy un sector estructurado y de primera importancia socio-económica. Sin embargo, sigue siendo organizado bajo un esquema de informalidad, tanto a nivel económico y organizacional como tecnológico; lo cual no le impide actualizarse, e integrar diferentes innovaciones en cuanto a los productos, los procesos o la tecnología. Esas innovaciones cohabitan, se oponen o se complementan con prácticas artesanales y tradicionales, que aseguraron el renombre de la región, en particular alrededor del queso Crema. Ese producto, emblemático del sector aunque secundario en términos de volumen, ha sido identificado por los actores institucionales y productivos por su potencial en sentar una reputación y una calidad específica a través de una indicación geográfica. Es lo que veremos tras presentar lo que caracteriza ese producto.

²⁸⁷ Si su producción apareció en la década de los setenta en la Costa de Chiapas, se mantuvo bastante marginal hasta los años 90 (Grajales, 1987), donde conoció un desarrollo espectacular, volviéndose uno de los quesos más consumidos en el país, y por lo tanto más demandados.

5.4.1.5 El queso Crema, producto emblemático de la Costa de Chiapas

Entre todas las producciones queseras de la Costa, nos enfocaremos en particular al queso Crema por varias razones:

- Es uno de los quesos más comúnmente producido en la región (entre 50% y 80% de las queserías lo producen, según los datos presentados en la monografía 3), a pesar de que sea menor en términos de volumen;
- Es un producto específico, por su proceso y sus características, con un anclaje territorial fuerte;
- El queso Crema de Chiapas (y en particular de la Costa) tiene una reputación particular. Está en el centro de una iniciativa para la obtención de una marca colectiva “Queso Chiapas”, promovida por el gobierno del estado de Chiapas.

Aunque represente un volumen relativamente menor de la producción quesera total (11%; o sea unas 2.5 ton. diarias, y más de 900 ton. cada año), el queso Crema está muy difundido en la Costa, con un estatuto particular: el 85% de los queseros lo citan como un “queso tradicional de la Costa de Chiapas” (mientras que son 39% que citan el queso de sal, 32% el quesillo y 21% el queso tipo Cotija). El queso Crema es un elemento fundamental de la identidad de la agroindustria quesera costeña, que la diferencia de otras regiones queseras. Además, como ya comentamos, es el queso más común en las queserías de la Costa, especialmente las más pequeñas, que a menudo sólo producen de este tipo. Así, en las queserías trabajando menos de 1,500L/día, el queso Crema constituye el 78% de la producción quesera total (según datos propios).

Por su parte, los consumidores identifican el queso Crema a la Costa. De hecho, a pesar de ser producido en todo Chiapas, y conocido en el centro del país como “queso Chiapas”, lo asocian en particular a la Costa. Incluso en el resto del estado, el consumidor chiapaneco reconoce el vínculo fuerte entre el queso y esa región, y la calidad específica de sus producciones (Hernández-Montes, comunicación personal, 30/11/2009, a raíz de un estudio sobre la aceptabilidad del queso Crema que condujo durante la Expo Chiapas de Tuxtla Gutiérrez del 2009).



Figura 37: Un queso de crema de la Costa de Chiapas

5.4.1.5.1 Características del queso Crema de la Costa de Chiapas

Villegas (2004) insistió en la particularidad del queso Crema de Chiapas, al que llama también queso Crema tropical (y que se conoce también como queso doble crema²⁸⁸), y cuyas características generales son las siguientes:

- Queso de pasta blanda y prensada, realizado a partir de una cuajada mixta (ácido-enzimática). Tiene una forma de prisma rectangular²⁸⁹ (Figura 38). Pesa entre 0.5 y 1Kg. También se encuentran piezas de 0.25 Kg.
- Se elabora con leche cruda, proveniente de ganado de doble propósito.
- El proceso de elaboración se caracteriza por una fase de reposo de 12 a 24 horas de la cuajada, llamada el “dormido”. Luego se realiza un bolseado de la cuajada durante varias horas, para proseguir la acidificación y escurrir la cuajada. El queso después es salado, amasado²⁹⁰, moldeado y prensado. Tradicionalmente, el queso se vende envuelto en tres capas: papel encerado, papel aluminio y papel celofán rojo o amarillo. Es un queso vendido generalmente fresco. Pero puede ser conservado durante mucho tiempo (y eventualmente ser madurado, lo que hacen algunos consumidores) gracias a su baja humedad y un pH muy ácido (Tabla 16).

	Humedad%	TP%	TG%	Cenizas%	Sal%	pH
A J	31.4	25.2	37	4		3.25
S C	38.5	22.6	29	7.7		3.58
L	40.2	19.4	33	5.2		3.57
S F (según etiqueta ²⁹¹)	42	17.75	25.2			
Villegas 1 (2004)	48.1	21.8	24.5	2.6	2.4	4.9
Villegas 2 (2004)	49.6	26.5	20	3.9	3.1	4
Promedio	41.6	22.2	28.1	4.7	2.8	3.86

Tabla 16: Composición del queso Crema de Chiapas (los tres primeros provienen de análisis propios los siguientes de Villegas, 2004)

²⁸⁸ Aunque a diferencia de Ocosingo, casi nunca se agrega crema en el proceso (tal vez se hacía antes), por lo cual el término de “doble crema” no es muy apropiado. Otras denominaciones que se pueden encontrar son “queso de cuadro” y “queso empapelado”.

²⁸⁹ En otras regiones, el queso puede tener una forma cuadrada, y en muy pocos casos una forma circular.

²⁹⁰ Existen algunas variantes de queso crema en las cuales se incorporan chile.

²⁹¹ Es decir según análisis propios realizados por el quesero.



Figura 38: Unos quesos de crema después del prensado

Al contrario de lo que generalmente se admite, sí es cierto que es un producto muy difundido entre las pequeñas queserías, el queso Crema también se produce en queserías medianas y grandes (que trabajan respectivamente más de 1,500L y más de 15,000L diarios). Pero el tamaño de la quesería no influye significativamente en la tecnología y el material empleado: todos aplican un proceso artesanal (es decir meramente manual)²⁹². Algunos queseros (grandes y pequeños) empezaron a agregar ocasionalmente leche en polvo en la leche bronca, para aumentar su producción en tiempo de secas (y aprovechar la demanda, más fuerte en diciembre-enero y en abril), cuando escasea la leche. Sin embargo, la proporción de queseros que aplican leche en polvo es menor para el queso Crema que para otros quesos (el 75% no la utilizan nunca, contra 40-60% para otros tipos de queso), y se emplea en general pequeñas proporciones de leche polvo. De la misma manera, si algunos queseros descreman parte de la leche para el queso Crema, la proporción de productores que lo hacen es también menor (el 85% utilizan leche entera, contra 40-50% para otros tipos de queso), y se descrema un porcentaje menor de leche. En resumen, si el queso Crema es menos adulterado que los demás, la difusión de esas prácticas es importante, y podría poner en tela de juicio el carácter tradicional de la producción y la calidad específica del queso Crema de la Costa.

También, en pocos casos, se mezcla en diferentes proporciones con requesón, mucho más barato, lo que constituye una forma de adulteración. Más comúnmente se produce una imitación de queso Crema, enteramente hecha con requesón, conocida como “queso seco”, pero muchas veces vendido a manera de crear la confusión con el queso Crema (misma presentación, o incluso misma denominación). Su precio es bajo, alrededor de 20-30 pesos/kg. Esta imitación, que se hace en Chiapas (en la Costa y otras regiones) y en otros estados, tiende a desplazar el queso Crema de su mercado, en particular en su uso en las comidas callejeras y entre los consumidores más pobres. Su

²⁹² Aunque tal vez haya una diferencia en cuanto al cuidado que se pone en las queserías más pequeñas, dado que se trabajan con volúmenes menores, más adecuados dado los equipos y la tecnología utilizada, y que podemos hacer la hipótesis que cuando el dueño de la quesería está presente y/o participa directamente en el proceso de elaboración, pone a veces más cuidado que un empleado. En efecto, siendo pagados al día, su lógica es hacer su trabajo lo más rápido posible, para acabar pronto.

producción empezó en Tabasco antes de empezar también a hacerse en la Costa de Chiapas a partir del año 2000. Por otra parte se empieza a producir queso Crema en otros estados, a menudo de menor calidad, que usurpan el origen chiapaneco al mencionar engañosamente su procedencia²⁹³. Estos diferentes elementos constituyen una amenaza para la producción genuina chiapaneca, en un contexto de casi ausencia de regulación oficial.

5.4.1.5.2 Un queso incrustado en su territorio, un territorio incrustado en su queso

La situación de la producción de queso en la Costa tiene muchas similitudes con lo que se hace en otras cuencas queseras artesanales (sistema de recolección, infraestructuras, equipos, etc.; véase por ejemplo en Poméon *et al.*, 2007). Pero también posee características propias, en base a una serie de recursos territoriales, materiales e inmateriales. En este apartado se aborda la relación entre un territorio, la Costa de Chiapas (y sus recursos), y el queso Crema, para ver qué modalidad toma el anclaje territorial de ese producto, como alimento y como patrimonio. Esta reflexión es primordial para analizar luego como ese anclaje es o no planteado e integrado en la construcción de la marca colectiva “Queso Chiapas”.

El sistema ganadero tiene una fuerte influencia sobre la calidad de la leche²⁹⁴, y por lo tanto del queso. La combinación entre factores naturales, raza, pastoreo y saber-hacer ganadero explica los altos contenidos en grasa y proteína y sus cualidades. Pero una leche de calidad no serviría si no fuera aprovechada y valorizada por los saber-hacer queseros. Ese saber-hacer²⁹⁵, meramente empírico y ampliamente difundido en la región, tiene una base común, que define el tipo “queso Crema”: acidificación de la cuajada (con la etapa de “dormido” de la cuajada), prensado, y otros (véase en la monografía 3). Pero el proceso empleado diverge bastante de una quesería a la otra, originando una variedad dentro del tipo queso Crema.

²⁹³ En los supermercados del centro del país, se comercializa un queso cuya etiqueta lleva la mención, en evidencia, “queso crema de Chiapas”, de “Pijijiapan” exactamente. Pero al leerla con más cuidado, se menciona también que el producto es elaborado en Hidalgo.

²⁹⁴ Con un contenido promedio en grasa de 4.3% y en proteína de 3.5% (según análisis realizados por un quesero de Mapastepec con un aparato tipo Ecomilk), para los meses de noviembre/diciembre del 2008, la leche de la Costa de Chiapas presenta un contenido en sólidos más elevado que el promedio nacional, en particular comparado a los sistemas intensivos. Villegas (2003) hizo la misma constatación. Las características, en particular organolépticas también antioxidantes, que le confieren la alimentación por pastoreo, son otros elementos de especificidad, aunque no han sido estudiados hasta la fecha. Olivares S. (1990) reportó también que, según Guerault (1980), la leche producida en el trópico es más resistente a la actividad microbiana y a la acidificación.

²⁹⁵ La particularidad de los saber-hacer locales remiten a diferentes aspectos: capacidad a reconocer y adaptar el proceso según la calidad variable de la leche, los cambios climáticos, dominio del proceso de acidificación de la cuajada y de prensado, habilidad del quesero (la “mano” del quesero), etcétera.

Los queseros movilizan también un saber hacer comercial particular, en torno a la presentación del producto (con las tres envolturas, y en particular el celofán de color amarillo o rojo), y el uso de etiquetas y marcas. Esas prácticas, poco comunes en el sector de los quesos artesanales y tradicionales, han sido clave en la difusión y el reconocimiento del queso Crema de la Costa, a veces denominado “queso empapelado”. Refuerzan el vínculo entre el producto (y el productor) y el consumidor. Un quesero señaló en ese sentido: *“La empresa tiene 5 marcas [de queso Crema]. Damos la exclusividad de una marca con un vendedor de un lugar; eso fortalece la relación con el vendedor y el consumidor, pues el consumidor es fiel a una marca”*. Al final de la cadena, los consumidores (sobre todo en el mercado regional, en el estado de Chiapas y en el Istmo de Tehuantepec, entre los estados de Oaxaca y Veracruz) disponen de saberes propios (un saber apreciar) a través del cual valorizan el producto por sus características propias: sabor láctico, acidez,... Además, como ya lo dijimos, valorizan el origen del queso, asociando la calidad con el origen del queso (la Costa siendo la zona productora más famosa y reconocida) y la marca. Sin embargo, faltarían estudios para caracterizar más la relación entre el consumidor y el producto queso Crema.

El vínculo entre el queso Crema y su territorio no es solamente un asunto de técnicas de elaboración o de comercialización. También es un encuentro, una simbiosis entre un territorio, en sus diferentes dimensiones (como medio natural y humano), sus actores y un producto, que tiene sentido como sistema de recursos. Por ejemplo, la combinación entre la flor microbiana propia de la leche, las temperaturas altas y los saberes técnicos produce un queso muy ácido, capaz de conservarse a pesar del calor, y con propiedades sensoriales muy peculiares. De un lado las altas temperaturas que predominan en la zona aceleran e intensifican y la acidificación. A su vez el pH muy bajo, combinado con el salado, reduce la actividad del agua a tal punto que impide el crecimiento bacteriológico y que permite conservar quesos sin refrigeración, a pesar de las muy altas temperaturas. La flor microbiana de la leche participa así a la protección del queso de contaminaciones posteriores, y al mismo tiempo es un marcador de tipicidad²⁹⁶, pero a condición de que sea bien manejada (evitar las contaminaciones con bacterias patógenas, etc.).

Al final, las prácticas de los queseros se pueden entender entonces como una serie de actos destinados a articular diferentes recursos territoriales para la producción de un queso específico. Articulación a menudo implícita e inconsciente, que el proceso de calificación participa en revelar,

²⁹⁶ Aunque por ser un queso generalmente comercializado fresco, la actividad microbiana es de corto tiempo y por lo tanto no tiene tantas implicaciones (en términos de propiedades organolépticas en particular) como en el caso de quesos madurados. Sin embargo, faltaría caracterizar las transformaciones ocurridas durante la fase de acidificación importantes durante el dormido de la cuajada, y el papel de las diferentes bacterias.

activar y valorizar. A los recursos materiales y saberes técnicos, se deben sumar los saberes relacionales que los animan y los ponen en acción. Esas relaciones conciernen de un lado la coordinación vertical de los diferentes eslabones de la cadena: proveedores (sal, cuajo, equipos,...) ganaderos, queseros, comerciantes (mayoreo y menudeo), consumidores, instituciones (Salubridad²⁹⁷, Hacienda, etc.). La calidad del queso se construye a partir de los recursos (materiales, conocimientos, valor simbólico, etc.) que movilizan cada uno de esos actores, y que se incorporan sucesivamente al producto. Es necesario entonces vehículos para “transportarla” en las transacciones bajo la forma de “convenciones de calidad”.

A nivel horizontal, las formas de organización del trabajo, a nivel de cada unidad productiva pero también desde una perspectiva territorial, cuentan, y son a menudo características propias al territorio²⁹⁸. Las modalidades de manejo y uso de los recursos territoriales se sientan también en las relaciones de coordinación, cooperación y competencia entre queseros, así como los vínculos con otros sectores productivos. La complementariedad entre las diferentes actividades (agricultura, pesca, ganadería, y otras) es en ese sentido un elemento clave para entender el funcionamiento de la producción lechera y quesera. En efecto, la estrategia de muchos queseros y ganaderos, en particular los más pequeños, no puede ser analizada ni comprendida sin tomar en cuenta la multiplicidad de sus fuentes de trabajo e ingreso.

En la historia reciente, varias crisis condujeron a la formación de organizaciones de queseros, en la emergencia de acciones colectivas estructurales: problemas sanitarios, huelga de los ganaderos, presión de SSA, etc. (véase en la monografía 3). Sin embargo, ninguna ha logrado perdurar, y las acciones colectivas son escasas y de poca duración. Es en ese contexto, marcado por un real potencial de activación de la calidad del queso pero en un ambiente de competencia y de no-cooperación, que surge un proyecto de organización para la calificación y valorización del queso Crema de Chiapas, entre acción colectiva estructural y funcional.

²⁹⁷ Dado que oficialmente la producción de queso con leche cruda es prohibida, un reto permanente para los queseros es lograr establecer relaciones con Salubridad, y satisfacer a un mínimo de criterios establecidos de manera no oficial, para poder seguir trabajando. Los queseros tienen diversas estrategias para establecer lo que se podría calificar de “regulación consensuada” (por oposición a una regulación oficial, dado que en este caso el respeto de la reglamentación implicaría el cierre de todas las queserías): de la evitación al seguimiento de los cursos y la implementación de algunas prerrogativas (compatibles con la realidad de las queserías; de forma más o menos consensual), pasando por la “mordida” (corrupción). Lo mismo se hace por ejemplo con Hacienda, bajo otras modalidades, para la cuestión de los impuestos.

²⁹⁸ Sobre todo porque estamos en un sector informal, donde las leyes laborales por ejemplo no son aplicadas, o solamente parcialmente. Por lo tanto la organización del trabajo se basa en reglas y arreglos locales.

5.4.2 De la activación de los recursos al mercado: acciones colectivas para un desarrollo individual de las queserías

Que sea entre ganaderos o queseros, el nivel de acción colectiva ha sido siempre bajo en la Costa de Chiapas. Las pocas organizaciones que existen son poco inclusivas y han tenido un papel muy puntual y limitado. Su motivación ha podido ser la obtención de apoyos y créditos (como ocurre a menudo en el resto del país). También surgieron puntualmente para responder a crisis que requerían una acción colectiva. A pesar de los esfuerzos del gobierno y de la necesidad planteada en los diferentes estudios de “fomentar la organización”, la organización no se puede decretar, sobre todo cuando faltan objetivos y estrategias con cierta continuidad. No basta que se forme un grupo más o menos formal para hablar de organización, sino que se requiere de un proyecto común, integrador. Si una amenaza puede ser un factor decisivo para la activación de un SIAL y la unión entre los actores, esto no es suficiente. Ha faltado hasta hoy en la Costa un proyecto capaz de federar los intereses, más allá de las diferencias. Es lo que se pretende con la obtención de una marca colectiva para el queso Crema de Chiapas, que busca agregar a la particularidad de cada quesero una identidad común, colectiva, reconocida y valorizada en el mercado por un signo oficial.

5.4.2.1 Inicio del proceso de calificación del Queso Crema de Chiapas

Ese proyecto se originó en la Subsecretaría de Comercialización de la Secretaría del Campo de Chiapas (SDC), después de un proyecto similar para el queso bola de Ocosingo (Chiapas) lanzado en el 2004 (véase el capítulo sobre este caso). Se eligió el queso Crema por ser un producto típico de Chiapas, con un mercado ya desarrollado, y porque existía un interés por parte de los productores (o por lo menos de algunos). Ese proyecto se integraba en la política desarrollado por el gobierno de Chiapas para valorizar los productos típicos del estado (política que ya presentamos en el capítulo sobre el queso Bola de Ocosingo):

“La Secretaría del Campo a través de la Subsecretaría de Comercialización, tiene dentro de sus funciones fomentar el desarrollo de los productos frescos y transformados del Estado de Chiapas, así mismo promueve el uso de distintivos para los agroproductos, que permitan el reconocimiento e identificación de su procedencia; logrando con ello fortalecer la comercialización y facilitando el ingreso de estos en nuevos mercados. En este sentido, hemos venido trabajando con productores Queso Crema del Estado, para lograr la obtención de la marca colectiva “Queso Chiapas”, la cual se traducirá en garantía de calidad para el consumidor” (SDC, 2009).

La primera reunión con los queseros se dio a nivel estatal en enero del 2008. En reacción a la baja participación (14 productores, entre ellos 4 de la Costa), se decidió trabajar por cuenca quesera. Así

se organizaron reuniones por zona, en función de las 5 cuencas lecheras concernidas por la producción de queso Crema: la Costa, La Frailesca, la zona Norte, la zona de Ocosingo y el Centro. En la Costa, se hizo la primera reunión regional el 5 de marzo del 2008. Sólo fueron 4 productores, y dos mostraron algún interés en participar en el proyecto. Pero luego se logró despertar más interés, participando más queseros (pero sin sobrepasar los 16 participantes). Las reuniones se sucedieron, a un ritmo bastante constante y sostenido en el año 2008, reuniones a nivel estatal y por cuenca.

Primero la SDC presentó a los queseros participantes su proyecto de indicación geográfica para el queso Crema: las motivaciones, etapas, y resultados esperados. Al principio se pensaba trabajar en la obtención de una denominación de origen, como se había pensado también al inicio para el queso Bola de Ocosingo. La SDC se puso en contacto con el IMPI (Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial) para plantear el proyecto. El IMPI orientó a la SDC hacia la figura de la marca colectiva (MC). El proyecto se construyó alrededor del objetivo de construir y registrar la MC “Queso Chiapas”.

Así, alrededor de un pequeño núcleo de unos 50 queseros de todo el estado, y de algunos actores institucionales, emergió un proceso de calificación, buscando, vía una marca colectiva, el reconocimiento del queso Crema como producto específico y tradicional de Chiapas.

5.4.2.2 Primeros pasos en la conformación de una organización y de una marca colectiva para el queso Crema de Chiapas

Primero se estableció un “plan de trabajo” con los productores, quienes nombraron representantes por regiones, y una mesa directiva, encabezada por un quesero de la Costa. Luego decidieron la forma jurídica de la futura organización “Procesadores de queso Chiapas”; integradas en un primer tiempo por 45 queseros, 13 de ellos provenientes de la Costa²⁹⁹. Se decidió también que hubiera un nombre registrado y una voz por quesería, para evitar que se registraran también a familiares o personas no directamente implicadas. Se eligió como presidente a un quesero de la Costa, y se decidió establecer una primera cuota de 300 pesos por quesero para pagar el costo del notario. La SDC también aprovechó de las reuniones para recolectar una serie de informaciones básicas sobre las queserías (volumen, tipos de queso, localización, etc.). En total, en el año 2008, se organizaron 6 reuniones a nivel estatal, y el mismo número en cada región. En paralelo, diferentes organismos aportaron informaciones solicitadas por los queseros y la SDC, aprovechando también para dar y/o su visión del proyecto: el IMPI sobre las marcas individuales y colectivas (y sobre las denominaciones de origen, desestimando esta vía), la Secretaría de Economía sobre las figuras

²⁹⁹ Además, son 7 queseros de la Frailesca, 8 de Ocosingo, 2 del Centro y 15 del Norte. Cabe destacar que ningún quesero de Arriaga quedó en el grupo. Los productores de queso crema en Arriaga son casi exclusivamente mujeres de la colonia Lázaro Cárdenas, que manejan micro-queserías. Venden el queso sin empaque, directamente en el mercado de Arriaga, y ese proyecto no despertó su interés.

jurídicas posibles para la asociación de queseros, el Instituto de Salud de Chiapas (Salubridad) sobre las buenas prácticas de higiene y la normativa, apoyándose también sobre el trabajo de la Universidad Tecnológica de la Selva (Ocosingo).

En paralelo al proyecto, se llevaron diferentes acciones: cata de quesos³⁰⁰, ferias y exposiciones³⁰¹, apoyos para el registro de marcas individuales de queso y la realización de etiquetas, difusión en la prensa y televisión. Esas acciones permitieron abrir un debate colectivo sobre la calidad, y al mismo tiempo promocionar el queso Crema de Chiapas en diferentes foros. Eventos como la cata dieron oportunidades para instaurar un diálogo y un debate, al aportar por ejemplo otros elementos sobre la reflexión alrededor de la leche cruda, sobre los atributos del queso, sobre el valor y la calidad de los quesos tradicionales, sobre insumos y equipos, entre otros asuntos (Yescas, 2008). De hecho, se organizó con la idea de “uniformizar los criterios”, por zona quesera. Sin embargo no ha sido plenamente aprovechada en este sentido. Los queseros quedaron un poco frustrados de no poder debatir con el catador y entre ellos para confrontar sus propios criterios de lo que es un queso Crema, lo que distingue un buen queso de un queso pésimo. De hecho el catador había planteado la necesidad de organizar una segunda cata, en la cual podrían tener más espacios los productores; se organizó así una segunda cata en la expo Chiapas de 2009. Además del aporte cognitivo, esa operación ha tenido, desde el punto de vista de la SDC, un beneficio en términos de promoción. En efecto, se destacó la estatura internacional del catador, C. Yescas, para enfatizar que el queso de Chiapas puede pretender a un reconocimiento internacional (que parece importar más que un reconocimiento regional y nacional) (SDC, 2010b; Péndulo, 2010). Ese vínculo con el catador desembocó también en la invitación de queseros chiapanecos para participar al Concurso Anual de Quesos Mundiales, celebrados del 24 al 28 de noviembre en Londres, donde participaba C. Yescas como juez³⁰².

A raíz de la construcción de la MC, Salubridad vio la oportunidad de iniciar un diálogo con los queseros y se integró a las reuniones del proyecto. Insistió en los aspectos sanitarios a través de

³⁰⁰ En julio del 2008, la SDC invitó un catador de queso, C. Yescas, mexicano pero residente en EE.UU., para realizar una cata de queso crema, en presencia de varios medios comunicación chiapanecos. Esa cata permitió dar una primera caracterización del producto, y reforzó la idea de que era adecuado distinguir varios sub-tipos de quesos, en función de la región productora.

³⁰¹ En particular en la expo Chiapas de 2008 y 2009 de productos no tradicionales (aquí no tradicional se debe entender como no convencional, en un sentido opuesto a la definición que hemos dado del término tradicional), organizada cada año por la SDC en Tuxtla-Gutiérrez, donde el queso crema tenía un pabellón enteramente dedicado a este producto.

³⁰² Por otro lado, eso permitió a C. Yescas, mexicano pero residente en Nueva-York, conocer más los quesos mexicanos, y reforzar sus vínculos con ese sector. Fue así invitado para realizar catas dedicadas a otros quesos (por ejemplo en Tabasco con productores de queso de poro, quienes también participaron en el concurso en Inglaterra).

asesorías, auditorías y cursos. Hay que pensar a la par de ese reconocimiento oficial debe asociarse con la estricta aplicación de la normativa. La actitud de los agentes de Salubridad han sido de informar a los queseros en cuanto al marco regulatorio sanitario, y ponerse a su disposición para ayudarles a cumplir con esas reglas. Sin embargo, su objetivo principal, como institución, es más imponer sus fines que dialogar; quería en un primer tiempo imponer el etiquetado obligatorio y normalizado (ya para el año 2009), y luego la pasteurización. Si la primera obligación no causa problemas mayores, la segunda podría replantear toda la dinámica de la producción quesera, y podría conducir a la desaparición de gran parte de los queseros.

Poco a poco, tras la iniciativa de la SDC, el proyecto de marca de calificación se fue conformando como una arena de debate, implicando no solamente a los productores de queso y los representantes del gobierno estatal (SDC y SSA) sino también a otros actores, en particular académicos. En efecto, el proyecto de MC encontró un eco en otras iniciativas, como la organización en Chiapas del primer congreso internacional de la leche en el Trópico de Chiapas en mayo de 2009 (organizado por el comité estatal del Sistema Producto Leche³⁰³), que por primera vez dio un espacio a los actores de la quesería artesanal, al lado de las multinacionales y de otros portadores del modelo industrial y tecnicista, alrededor de diversos temas: normativa y comercialización de leche y lácteos, manejo de ganado y producción de leche, elaboración de quesos, leche orgánica. En el marco del congreso, se acercaron académicos de la Universidad de Chapingo, conformado en el Cuerpo Académicos de los Quesos Mexicanos Genuinos. Este grupo de investigadores ha ofrecido diferentes apoyos a la iniciativa chiapaneca (véase en Villegas *et al.*, 2010; y Hernández-Montes *et al.*, 2010):

- Cursos sobre pruebas de plataformas, análisis sensorial y manejo de la higiene y de la calidad; sensibilización y asesoramiento de los queseros sobre los retos de los quesos “territoriales”, de su dimensión patrimonial y de la importancia de las indicaciones geográficas (MC y DO);
- Realización de un estudio sobre la aceptabilidad del queso en función de la región de origen durante la Expo Chiapas, en el 2009 (en paralelo a la cata realizada por C. Yescas);
- Realización de diversos estudios tecnológicos y socioeconómicos en el marco del trabajo de tesis de estudiantes de maestría.

³⁰³ Cabe señalar que previamente al proyecto, el sistema bovino de leche no había trabajado con el sector de la quesería artesanal, a pesar de su importancia clave en la economía lechera chiapaneca.

Esta intervención de los académicos de Chapingo dio un impulso diferente al proyecto. A través de académicos como A. Villegas, en concordancia también con los planteamientos del catador en charlas que había dado, se destacó el carácter de “patrimonio cultural” del queso, la importancia de tomar en cuenta la especificidad de ese tipo de producto, las oportunidades y las amenazas relacionadas. Ese discurso impactó directamente en el discurso de los propios queseros (en particular el presidente de la asociación), y aun de la SDC (SDC, 2010a). Pero la apropiación de esos elementos cognitivos fue diferente en el caso de la SDC y de los queseros. Así, mientras que la SDC querría obtener lo más rápidamente la marca colectiva y pasar así a otros proyectos, los productores (o por lo menos sus líderes), apoyados por el grupo de académicos de la UA Chapingo, querrían más bien frenar el proceso de obtención de la MC, para construir algo por lo menos a mediano plazo, haciendo los estudios necesarios y reflexionando colectivamente, con el apoyo de la academia y de las dependencias gubernamentales: caracterización del producto (y de los diferentes subtipos regionales), de la cadena productiva, organización, elaboración de reglas de uso, etc. Así, al terminar nuestro trabajo de campo, la situación era bastante incierta en cuanto al camino que iba tomar el proceso de calificación del queso Crema; si iba a integrar las dimensiones patrimoniales y territoriales, o si sería simplemente un proyecto, con una lógica mercantil y/o industrial (estandarización).

5.4.3 Síntesis del proceso de calificación del queso Crema de Chiapas

El proceso de calificación del queso Crema chiapaneco, enfocado en la obtención de una MC, puede y debe desencadenar una dinámica colectiva, tanto estructural como funcional. Dado las dificultades para generar acción colectiva en un contexto marcado por la competencia fuerte entre queseros y el fracaso de experiencias colectivas anteriores, es un verdadero reto para los diferentes actores involucrados, productores, dependencias gubernamentales y asesores académicos.

La iniciativa del proyecto, por parte de la SDC, ha sido fundamental ya que por primera vez se ha creado un espacio formal de interacción, una arena de debate y de construcción colectiva implicando queseros y autoridades. Permitió en un primer tiempo a los funcionarios familiarizarse con las problemáticas de los queseros, y a los queseros vislumbrar las expectativas de las diferentes dependencias y las colaboraciones posibles. También incentivó el diálogo entre los queseros participantes al proyecto, en otro ámbito más allá de la competencia o la relación familiar o amistosa. Se formó un grupo formal, juntando queseros comprometidos (aceptando participar en reuniones, invirtiendo tiempo y dinero en los viajes y en el pago de una cuota para la organización, etc.) a nivel de cada región y a nivel estatal.

Sin embargo, quedaba lograr un consenso sobre lo que se quería construir con una MC, en la confrontación de diferentes puntos de vista e intereses. De un lado, los queseros tenían sobre todo expectativas en cuanto a la valorización comercial de su producto, esperando lograr un reconocimiento del queso Crema de Chiapas para alcanzar nuevos canales de comercialización y obtener una renta. Por otra parte, la SDC veía en ese proyecto una oportunidad para apoyar a los productores en su desarrollo (desde el punto de vista comercial), y conseguir así el reconocimiento por su acción a favor de los productores locales. Se puede ver en esta acción la búsqueda de un reconocimiento político, la MC siendo una acción concreta, con bajo costo financiero (es menos inversión que apoyar la compra de equipos por ejemplo; y, en la visión de la SDC, es una acción que no requiere de mucho tiempo) y político, pero fácilmente explotable como un logro del gobierno para el estado³⁰⁴.

Aparte del reconocimiento institucional de los queseros, el proceso de calificación, en su primer etapa, permitió también “hacer ruido” sobre el queso Crema, y así lograr que se conociera y reconociera más ese producto. A través de las ferias y expos organizadas por la SDC (o para las cuales apoyó a los queseros), de los comunicados en la prensa, la organización de las catas, se difundió en diferentes canales informaciones sobre el queso Crema, como producto local específico, cuya calidad podía merecer alguna atención.

Pero tras esa primera etapa, quedaba consolidar el proceso, y darle objetivos claros, que no aparecían todavía de manera evidente. Se planteaban diferentes caminos, en función de los intereses, de la situación y de las representaciones portadas por cada actor. Es de la confrontación entre esas visiones e intereses, en su complementariedad o su antagonismo que se conformara o no un proceso de calificación. Antes de ver las diferentes perspectivas y retos, se verá primero cual es la situación de los queseros, situación que influye sobre las oportunidades y amenazas alrededor de la calificación del queso Crema.

5.4.3.1 Situación de las queserías de la Costa de Chiapas

Una presentación detallada de la estructura y funcionamiento de las queserías de Costa de Chiapas se presenta en la monografía 3. Primero cabe constatar que existen un gran número de productores de queso Crema, pues de la muestra de 47 queseros analizados, 38 eran productores de queso Crema³⁰⁵. Así el queso Crema es una producción significativa para las queserías de la Costa (y

³⁰⁴ En el sentido de integrar en un informe que se logró la MC Queso Chiapas como herramienta para el desarrollo del sector quesero, sin necesidad de implicarse más en la problemática del sector, y sin que esa acción aparezca a priori como favorable para unos y desfavorable para otros.

³⁰⁵ Esa importancia del queso crema también se constata en Ocosingo, con 8 de las 10 queserías visitadas que producían ese queso. Villegas *et al.* (2010b) constataron también la importancia de ese producto en la región

de Chiapas en general; en Ocosingo, 8 de 10 queserías lo producen), sobre todo para las más pequeñas, quienes están a menudo especializadas en esa producción. El procesamiento de lácteos constituye la principal actividad industrial de la Costa de Chiapas. La AI quesera constituye una oportunidad de negocio accesible. Requiere poca inversión, el saber hacer y una mano de obra calificada son fácilmente disponibles, como la materia prima y el acceso a los mercados. Estamos en una conformación de tipo clúster, con ventajas pasivas que pueden ser aprovechadas de forma individual. La acción colectiva podría permitir activar los recursos territoriales y generar otras ventajas activas.

Las queserías de la Costa enfrentan una situación de fuerte competencia, a la vez externa (en sus mercados habituales, el queso Crema compite con productos de Tabasco o Veracruz; así como con productos de otras regiones de Chiapas) y sobre todo interna (entre queseros de la Costa). Esa competencia, que concierne a la vez la recolección de la leche y la comercialización del producto, genera una situación de incertidumbre, y tiende a reducir las ganancias de los queseros. Así muchas queserías cierran o enfrentan a dificultades fuertes. Eso incentiva el desarrollo de la adulteración (uso de leche en polvo y grasa vegetal, descremado “intensivo” de la leche, etc.), solución de corto plazo que afecta la calidad del producto, y podría a largo plazo hacer perder a la Costa su fama de cuenca con productos genuinos y de calidad. Si la quesería costeña se había mantenido al margen de esas prácticas ya comunes en muchas partes del país, se empiezan a ver cada vez más desde principio del siglo XXI. En el mismo sentido, el desarrollo de la producción del queso “seco”, imitación de queso Crema hecho de requesón, mucho más barato, constituye una amenaza fuerte. Producido en Tabasco, Veracruz pero también cada vez más en la Costa, este queso tiende a desplazar el queso Crema de su mercado, aprovechando cierta confusión entre el queso seco y el queso Crema (empaques, etiquetas). En este caso, también se podría aplicar la teoría de la selección adversa, al detrimento de los quesos de calidad.

Frente a esa situación de ardua competencia, los queseros tienen diferentes posibilidades, que pueden combinar:

- Aumentar su producción, para lograr tener un capital de funcionamiento suficiente para mantenerse en la competencia para la compra de leche y la venta del queso. Pero siguen vulnerables a eventuales crisis, y pueden perder mucho más que una pequeña quesería.
- Tratar de colocar su producto en nichos de mercado, y darle un estatuto de producto de alta calidad, obteniendo así cierta estabilidad combinada a altos precios. El problema es

Norte. En la Frailesca, hay menos producción de queso crema, pero también se cuenta con un número de productores de queso crema significativo.

que hay pocos nichos, que a menudo se debe más bien crear ese nicho, lo que requiere ciertas inversiones y competencias.

- Utilizar leche en polvo, grasa vegetal u otros adulterantes o aditivos, o producir queso seco, para tratar de reducir los costos, y obtener mayores márgenes. Esta estrategia tiende sin embargo a afectar negativamente todo el Sial quesero de la Costa: pérdida del reconocimiento de la calidad de la producción local (por la calidad de la leche y el bajo uso de adulterantes), selección adversa y eliminación de los productos de calidad, disminución de los precios de los quesos, etc. A mediano y largo plazo, esa estrategia podría tener consecuencias negativas, a nivel individual pero sobre todo colectivo.
- Diversificar sus ingresos, al combinar la actividad quesera con otros ingresos. Es lo que hacen la mayor parte de los queseros (el 90% de la muestra), sean grandes o pequeños, combinan diferentes actividades y fuentes de ingresos. Eso les protege de los riesgos inherentes a la actividad quesera en la Costa, pero del otro lado tiende a desincentivar las inversiones en equipos, infraestructuras y materiales para esa actividad, siendo una actividad entre otras (y sobre toda una actividad con bastantes riesgos).

Por otra parte, como en el caso del queso Bola, cabe constatar que por ser un tipo de queso de segunda importancia en cuanto al volumen producido (con el 11% del volumen total), y a pesar de tener una identidad fuerte y asociada a la tradición quesera costeña, el queso Crema podría verse amenazado por la lógica del mercado. Frente al éxito de otros tipos de quesos de un lado, y la dificultad de valorizar un queso de calidad por otra parte, los queseros, quienes a menudo producen varios tipos de quesos, podrían elegir dedicarse a otros quesos, aunque algunos tengan un vínculo identitario y afectivo fuerte con ese tipo de queso. En efecto, si el aspecto identitario cuenta para los queseros, la lógica del mercado influye más en sus estrategias. Pero a diferencia del queso Bola, la ventaja del queso Crema es de estar presente en ciertos mercados donde aún se valoriza su calidad, y su origen. Además, constituye para las más pequeñas queserías una mejor oportunidad que otros tipos de quesos, con mayor competencia regional y nacional, y que requieren relaciones con otros actores comerciales.

En fin, otro problema que enfrentan los queseros de la Costa remite a la calidad de la leche. De un lado, especialmente para las queserías más grandes, el tiempo de transporte, en condiciones elementales (a temperatura ambiente), y la mezcla de leche de muchos productores, aumenta los riesgos de acidificación y alteración de la leche. Además, la leche que entregan los productores no es siempre en buenas condiciones, por la falta de cuidado de los ordeñadores. Eso afecta la calidad de la leche, y consecuentemente del queso, a nivel sensorial pero también a veces a nivel sanitario. Frente a Salubridad y sus exigencias de pasteurización, los queseros, junto con los ganaderos, no

ofrecieron hasta la fecha una alternativa creíble, que tomara en cuenta además la diversidad de las situaciones³⁰⁶. En fin, el uso de pollinaza y gallinaza para alimentar el ganado afecta también la calidad organoléptica (y tal vez sanitaria) de la leche y del queso, y es una cuestión que merecería ser atendida en el marco de un debate sobre la calidad del queso Crema.

Pero todas esas preguntas no han sido integradas dentro del proceso de calificación, al igual que la problemática de la pasteurización, que ha sido impuesta aprovechando de las arenas creadas por el proceso de calificación. De hecho, siguen muchas dudas e incertidumbres en cuanto al proceso de calificación, que podría agarrar diferentes caminos.

5.4.3.2 Perspectivas y retos para la MC del queso Crema de Chiapas

La ventaja de constituir la MC a nivel estatal es tener más fuerza, y reunir más fácilmente una masa crítica de actores productivos e institucionales. Sin embargo, la heterogeneidad de la producción de queso Crema en Chiapas hace difícil concebir una MC para todos. Sin embargo será un reto formalizar esa heterogeneidad dentro de las reglas de uso de la MC: ¿cómo lograr un consenso en la definición del queso Crema, en su dimensión territorial y patrimonial, incluyendo varios territorios? Además puede inducir confusión para un consumidor ya poco informado sobre los signos de calidad relacionados al origen. Una solución sencilla sería entonces limitar la MC básicamente a defender una reputación y un proceso más o menos estandarizado (y en ese sentido industrial), donde el origen sería sobre todo un instrumento de mercadeo. La solución adoptada ha sido la creación de submarcas por regiones, marcando las diferencias dentro de Chiapas (forma, presentación, proceso...), pero sin definir exactamente en cuales modalidades, y aprovechando al mismo tiempo la imagen positiva del estado de Chiapas.

En efecto, la simbología de la Costa de Chiapas no es potencialmente tan fuerte, como puede ser la de Chiapas en su conjunto. Por lo tanto no tiene esa fuerza simbólica, susceptible de ser valorizada fácilmente en un mercado, de dar un valor mercantil a un producto. Al contrario, Chiapas como estado tiene una identidad fuerte, tal vez múltiples y confusas, pero ampliamente reconocida en el país (e incluso afuera). Sin embargo la Costa se beneficia ya de una reputación bien establecida para el queso, en particular para el queso Crema. El reto será entonces construir y consolidar la identidad del producto (lo que en definitiva es parte de un proceso de calificación), por ejemplo a partir de la imagen de la naturalidad de su producción (vacas en libre pastoreo, sal, y cuajo), de manera individual (como sub-marca) y colectiva (dentro de la MC Queso Chiapas). Las reglas de uso deberán acompañar la formalización de esa identidad. Identidad que debe posicionar el queso Crema frente a

³⁰⁶ Por ejemplo, el problema no es igual para una quesería que recolecta la leche de 2-3 vecinos, comparado a una quesería que tiene 10 rutas de recolección, de varias horas.

productos de diferentes orígenes, composiciones, calidades, con los cuales compite, incluso desde el interior de la Costa, donde la adulteración del queso tiende a favorecer la estandarización de los productos.

El reconocimiento de un producto tradicional a un nivel estatal lleva a preguntarse también sobre la pertinencia de este proceso en cuanto a la dimensión territorial del producto. De hecho la denominación elegida de “Queso Chiapas” lleva esa ambigüedad³⁰⁷: mientras que en el estado no se utiliza esa denominación (se usa queso crema, queso de crema, queso doble crema, queso de cuadro...), la SDC encontró en esa denominación una manera de afirmar la unicidad de un producto a nivel estatal, a pesar de que hasta ahora se trate de productos bastante diferentes. Con ese nombre, se busca aprovechar la imagen positiva del estado en el país, dejando de lado la denominación usual de ese queso. A fin de cuentas, las opciones son múltiples, y la calificación genera muchas preguntas (y obviamente diferentes respuestas), que difieren según los actores.

Las dependencias gubernamentales implicadas en el proceso de calificación no son actores pasivos, sino que tienen también su propia visión y motivaciones, que defienden. Pueden complementar o corresponder con las de los queseros, o contradecirlas. Por ejemplo, la SDC ve principalmente el interés comercial de la MC para los productores (segmentación, diferenciación), y político para ella (tipo “hemos logrado una MC para el queso de Chiapas”). Si no dudamos del interés comercial potencial de una MC, esa visión parece insuficiente para estructurar un proceso de calificación territorial. El riesgo sería que los queseros también se limiten a esa perspectiva, dejando de lado otros aspectos claves del proceso.

Por ejemplo, al no integrar a los productores de leche en el proceso (lo cual se hace en el caso de las indicaciones geográficas queseras en Europa), se puede perder de vista que la calidad de su queso depende esencialmente de la de la materia prima. Por otra parte, la SDC presentó el proyecto (o por lo menos así lo entendieron muchos queseros) con la idea de que naturalmente la MC iba a abrir nuevos mercados, lo que no es nada cierto³⁰⁸ (incluso un quesero implicado en el proyecto pensaba que se trataba de “*vender productos al gobierno*”). A fin de cuentas el riesgo es que el proyecto colectivo se quede a un nivel superficial, sin continuidad: no basta tener la MC, sino que debería ser el principio de una construcción colectiva más integral. En efecto la MC puede llevar a tener un

³⁰⁷ La denominación “queso Chiapas”, y la MC, sólo se aplicará para el queso crema, y no para los otros tipos de queso. Ese aspecto también puede generar confusión. Aunque es en parte lógico, ya que otros quesos producidos en Chiapas, como el queso tipo Cotija, o el queso tipo Oaxaca, son originarios de otras regiones, de las cuales de hecho llevan el nombre.

³⁰⁸ La SDC no hizo ningún estudio de mercado, ni ningún otro tipo de estudio para analizar la situación y las diferentes perspectivas. Se apoya principalmente en el buen conocimiento de la realidad del campo que tienen sus actores en cada región, de manera principalmente informal y no sistematizada.

reconocimiento oficial del proyecto (que puede ser asociado a una cierta garantía sobre la calidad del producto), y diferenciarse en el mercado, para obtener una renta. Pero además la MC puede ser un instrumento para fomentar el desarrollo territorial: mejorar la calidad, mejorar las relaciones verticales y horizontales, generar más valor agregado e incentivar una repartición más equitativa entre los operadores; pero sólo a condición de plantearla, construirla e instrumentalizarla para con esa finalidad.

Por otra parte, la participación de Salubridad en el proceso es también necesaria, puesto que el reconocimiento del queso Crema por una MC, en el marco de un circuito de comercialización oficial, sólo será sostenible con la aprobación de las autoridades sanitarias. Pero por otra parte, al ser inflexible sobre aspectos como la pasteurización, y al promocionar la estandarización de la producción, pone en tela de juicio la noción de calidad territorial que ese proyecto pretende (a priori) valorizar, y tiende a orientar el proceso de calificación hacia un modelo industrial donde la especificidad del producto perdería gran parte de su significado. Y más allá de la calidad sanitaria, la cuestión del anclaje territorial del queso Crema, en el marco del proyecto de MC, se plantea también desde la perspectiva de la heterogeneidad del territorio (entre las diferentes zonas queseras), y de los actores productivos implicados.

Pero frente a las exigencias de Salubridad, o al carácter limitado de los objetivos de la SDC, los queseros han constituido su propia forma de pensar y actuar. Sin oponerse a las dependencias y buscando trabajar y colaborar con ellos, quisieron que se tomara más tiempo para el proyecto, dando lugar en particular a los estudios necesarios. Encontraron para eso un aliado a través del grupo de académicos de Chapingo, de los cuales se apropiaron el discurso híbrido, entre lógica técnica e industrial y patrimonial. El extracto siguiente, escrito por el grupo de académicos de Chapingo, ilustra esta visión (Villegas *et al.*, 2010b: 34):

*“Este queso genuino mexicano constituye uno de los quesos mexicanos distinguidos con potencialidad para obtener una marca colectiva (MC) con referencia geográfica y eventualmente una denominación de origen (DO). Esto permitiría garantizar la autenticidad del producto entre los consumidores, ampliar su mercado, prestigiar a las comunidades chiapanecas que lo elaboran, robustecer a las cadenas agroindustriales que lo producen, preservarlo como bien cultural inmutable y contribuir al desarrollo local en el estado de Chiapas (Villegas de Gante *et al.*, 2009)”*.

Por su parte, los académicos, algunos ya en contactos desde varios años con productores de la zona y de otras zonas, aprovecharon el movimiento generado alrededor del proyecto de MC, su “aspiración”, para aplicar y desarrollar concretamente visiones que se estaban consolidando tras la

experiencia del queso Cotija, y la reflexión alrededor de los quesos tradicionales mexicanos y su futuro. Ese proyecto se presta muy bien en un encuentro entre investigación, desarrollo y peritaje, que permite a los académicos interactuar con el sector productivo, y eventualmente proponer y/o acompañar y/o analizar otras opciones productivas.

Es esta opción, portada por el grupo de académicos, que parecería haber elegido los queseros, o por lo menos sus dirigentes. Opciones que podrían imponerse sobre otras si logran actuar de forma colectiva y coordinada. A favor de la consolidación de la organización de los productores, se puede destacar el potencial de los productores para manejar una asociación, tramitar la MC y apropiarse del proceso de calificación. En efecto el nivel de educación general es bastante alto entre los queseros, y sobre todo entre los que participan en la asociación: más de la mitad tienen por lo menos el nivel de preparatoria. En las reuniones pudimos notar la participación activa de algunos productores y el potencial de liderazgo que existe. De hecho el actual presidente de la asociación ya había formado un grupo con otros queseros, pequeños y grandes, y tiene por lo tanto cierto reconocimiento, por lo menos a nivel de la Costa. Como siempre, existen diferentes formas de comportarse por parte de los queseros, entre los activos y los más pasivos. Pero eso es común a casi todas las organizaciones. El problema mayor tal vez consiste en la baja participación, ya que sólo participa una minoría. Puede generar problema de legitimidad. Aunque que también es otra característica de estos procesos: hay innovadores y seguidores, activos y pasivos. Un desafío será levantar el bloqueo que existe en cuanto a las acciones colectivas, por las malas experiencias que se ha tenido y el clima de desconfianza generalizado, y por no tener a menudo ni un proyecto individual³⁰⁹.

Queda también pendiente la cuestión de saber cómo se articulará la producción de un queso calificado por una MC, con diferentes reglas y constrictas, con las demás producciones, dentro de las mismas unidades de producción. ¿Qué pasará si se definen criterios de calidad de la leche, vinculados a premios para los ganaderos? ¿Cómo controlarlo? En Ocosingo, la solución adaptada fue sencilla: excluir la leche de los requerimientos (a pesar de definirla en el preámbulo como un factor de especificidad clave), e integrar la producción de queso Bola en una quesería colectiva dedicada a ese producto. Pero tal vez otras opciones pueden ser planteadas. Al final, muchos caminos son posibles

³⁰⁹ Las entrevistas con los queseros mostraron que los que no tienen un proyecto, una estrategia propia, no participan en acciones colectivas.

5.4.4 Conclusiones sobre el proceso de calificación del queso Crema de Chiapas

Por el momento la acción colectiva ha revestido un aspecto sobre todo estructural, con la constitución de un grupo a nivel estatal, y subgrupos regionales. Los diferentes objetivos e interés plasmados en la obtención de una MC han sido aun bien definidos. Además de la preocupación comercial, al comienzo de la iniciativa del proyecto, se estuvo poco a poco integrando otras preocupaciones, como la cuestión sanitaria o la defensa de un patrimonio. Sin embargo su interés en integrar esos aspectos choca de varias maneras con el proyecto de MC tal como lo ha planteado la SDC, como un proyecto de corto plazo. Por lo tanto la MC no se constituyó, en su primera etapa, como el eje de un planteamiento más sistémico, integrador e integral. Se limitó a acciones bastante puntuales, abriendo foros de discusión y debate que rápidamente se consideran como concluidos. Los queseros por su parte pensaban retomar el liderazgo del proceso, lo cual dependerá de sus motivaciones y capacidades. En ese aspecto, la existencia de un capital humano y de líderes dentro del grupo de queseros hace posible que se apropien del proyecto. Pero el problema de las divergencias de situación e intereses (según el tamaño de la quesería, los mercados, las aspiraciones, y otros) dificulta la generación de una dinámica común entre los queseros, especialmente, entre las diferentes regiones implicadas y entre los diferentes tipos de queseros (diferentes por el volumen, los productos, el mercado, la formación, etc.).

Las cuestiones de liderazgo y gobernanza dentro del grupo de queseros tendrán un impacto en las orientaciones futuras del proceso. Podrían decidir de tratar de construir la MC como una indicación geográfica, por y para un territorio, o preferir constituir la en bien de club, reservado a un pequeño grupo, y sin necesariamente un anclaje y un vínculo afirmado con el territorio. En esas condiciones, el proceso de calificación podría volverse más bien un proceso de estandarización, siguiendo el modelo genérico y dominante, en lugar de valorizar la ventaja “diferenciadora” del queso Crema chiapaneco. Y si se pierde lo distinto, ¿qué hay a proteger y valorizar?

De su lado, las autoridades no parecían querer (ni saber) cumplir una función reguladora del proceso de calificación, o tenían una visión muy cerrada de lo que tal proceso debía o no incluir. La SDC no quiere y no tiene la competencia para tomar ese papel, Salubridad sólo se preocupa de imponer la pasteurización (lo que está logrando en Ocosingo, por lo menos oficialmente), y el IMPI prefiere evitar otorgar DO (sobre todo a productos tradicionales), y su competencia se limita en registrar derechos de propiedades industriales. El grupo de académicos de Chapingo por su parte parecía tener una visión más definida, y su trabajo, al parecer esperado y apoyado por los productores, podría tener un impacto significativo en el proceso.

Fuerzas

- Calidad de la leche y del queso. Fama.
- Infraestructuras (carreteras, luz,...).
- Redes comerciales existentes y técnicas de mercadeo básicas (presentación, marcas).
- Promoción del producto (cata, ferias, exposiciones).
- Acercamiento entre las dependencias y el sector quesero.
- Organización de los productores (espacio de debate y de representación).
- Liderazgo y capital humano de los productores.

Debilidades

- Irregularidad en la calidad sanitaria.
- Distancia física, social y simbólica con los consumidores;
- Heterogeneidad entre los queseros implicados en la MC (localización, volúmenes, y otros).
- Desfases entre los objetivos y temporalidades de los diferentes actores involucrados.
- Apatía de algunos productores.
- Carácter parcial del proyecto, tanto en sus planteamientos/objetivos como en los actores integrados.

Oportunidades

- Incremento de la demanda para quesos.
- Obtención de la MC con el IMPI.
- Reconocimiento de una norma.
- Entrada de nuevos queseros en el proyecto.
- Consolidación y difusión de la fama en el país. Desarrollo de nuevos nichos de mercado.
- Complementariedad con los otros quesos y efectos "spill-over".
- Creación de una red para la promoción de los quesos tradicionales mexicanos.

Amenazas

- Marco legal e institucional (normas sobre quesos, inadaptación de la MC, etc.).
- Incertidumbre sobre la denominación; falta de referencia legal.
- Estandarización del producto, pérdida de identidad (leche en polvo, pasteurización, uso de requesón).
- Conflicto de interés entre los queseros; y con las diferentes dependencias (Salubridad en particular).
- Cambio climático y/o cambio del sistema de producción ganadero (uso de pollinaza, y otros)

Tabla 17: Fuerzas, debilidades, oportunidades y amenazas del proceso de calificación del queso Crema en la Costa de Chiapas

CAPÍTULO 6 DISCUSION: ANÁLISIS
COMPARATIVA DE LOS TRES CASOS EN ESTUDIO

“La Revolución mexicana nos hizo salir de nosotros mismo y nos puso frente a la Historia, planteándonos la necesidad inventar nuestro futuro y nuestras instituciones. La Revolución mexicana ha muerto sin resolver nuestras contradicciones. Después de la segunda Guerra Mundial, nos damos cuenta que esa creación de nosotros mismos que la realidad nos exige nos es diversa a la que una realidad semejante reclama a los otros. Vivimos, como el resto del planeta, una coyuntura decisiva y mortal, huérfanos de pasado y con un futuro por inventar. La Historia universal es ya tarea común. Y nuestro laberinto, el de todos los hombres”. O. Paz, El laberinto de la soledad (1950)

Introducción del capítulo 6

México ya no es un país rural: el sector agropecuario representa apenas unos 5% del PIB (y 5% para la industria alimentaria) pero sigue ocupando a 18% de la población activa³¹⁰. Sin embargo, eso no significa que deje de ser un sector estratégico. En los EUA o en la Unión Europea, donde la importancia relativa del sector agropecuario es aun más reducida, se presta una atención particular al sector agropecuario y alimentario, con presupuestos significativos: para cada dólar que México destina a sus agricultores, los Estados Unidos destinan 6 veces más (Mariscal *et al.*, 2004). El desarrollo del campo, como fuente a la vez de valor agregado, de alimentos a bajos costos, y de un mercado para otros sectores de la economía, constituye a menudo un elemento clave del proceso de transformación de la sociedad (Timmer, 1998). Pero el papel del sector agroalimentario, definido dentro de la multifuncionalidad, va más allá: generación de empleos, pero también de bienes públicos, como paisajes, cultura, etcétera. Sin embargo, no todas las formas de producción son multifuncionales (Requier-Desjardins, 2002). Los sistemas productivos tradicionales son considerados en general como más multifuncionales³¹¹. Pero entonces ¿cómo promover la multifuncionalidad en las políticas agropecuarias y alimentarias? ¿Cuál puede ser el nuevo papel para la agricultura campesina y las agroindustrias artesanales, rurales en particular? El territorio, como escala pertinente para abordar de manera sistémica la nueva ruralidad y la multifuncionalidad del sector agroalimentario, en su sentido amplio, aparece como una escala estratégica tanto para el diagnóstico como para la construcción de proyectos en adecuación con las realidades locales.

Desde la década de los noventa, el Estado ha hecho un esfuerzo significativo en la redefinición del marco legal e institucional: leyes, entidades descentralizadas han mejorado la visibilidad de su

³¹⁰ Según datos de la FAO (FAOSTAT, 2009). Entre 1997 y 2007, esas proporciones bajaron ligeramente.

³¹¹ Sin caer en un enfoque “paseista”, podemos reconocer que la agricultura productivista, capitalista e intensiva genera a menudo menos multifuncionalidad comparada a la agricultura familiar y campesina. Esa última ejerce en general una presión más baja sobre el medio ambiente pero también genera recursos específicos. Por ejemplo productos con calidad específica, relacionadas con modos de producción locales específicos, pueden tener un impacto positivo a nivel medio ambiental, económico, social y patrimonial. No queremos decir que se debe parar la evolución de la agricultura o regresar atrás, pero más bien que hay que tomar en cuenta esa multifuncionalidad el diseño de políticas agropecuarias y rurales, para promover la diversidad de los sistemas productivos. La misma reflexión se puede aplicar a la agroindustria, entre el modelo artesanal y el modelo industrial estándar.

acción y establecieron un contexto más favorable a la toma en cuenta de las realidades locales. El fin del intervencionismo estatal centralizado ha dado más flexibilidad y abierto nuevas oportunidades. Para Fox, entonces diputado del PAN y futuro presidente de la República, *“la propia energía, conocimientos, capacidad y entusiasmo de quienes trabajan y viven en el campo, será el factor de progreso y bienestar”* (García Z., 1993). Se empezó entonces a hablar de participación, descentralización, desarrollo sustentable e integral, y otros, difundidos a nivel internacional por las instituciones mundiales como el Banco Mundial. Sin embargo, las políticas para el sector agroalimentario mexicano siguen bastante centralizado en su diseño y su aplicación, y la liberalización del sector reforzó el poder del complejo agroindustrial (por ejemplo en el sector lechero). El dominio del modelo productivista, con el apoyo directo o indirecto del Estado, restringe fuertemente la expresión de los conocimientos, capacidades y entusiasmo de millones de campesinos y procesadores artesanales. Una pequeña minoría de productores agropecuarios y de agroindustrias, concentrada en algunas cuencas, monopoliza los recursos estratégicos (que remiten a dispositivos técnicos, comerciales y políticos) (Linck, 2001), mientras que amplias franjas del sector agroalimentario siguen desfavorecidos por el marco institucional, la repartición de los diferentes recursos entre los actores y la organización socioeconómica del sector. Frente a eso existe la posibilidad (o la necesidad) para ellos de integrarse de una manera alternativa en el mercado. Para eso, deben crear sus propias redes de producción y comercialización, crear o activar sus recursos, individuales y territoriales. La calificación y valorización de los productos alimentarios locales puede ser en ese sentido una opción en la generación de un nuevo modelo de desarrollo. Sin embargo, la valorización de los sistemas productivos tradicionales se ha quedado en los discursos, y en los hechos se ha avanzado aun poco, a pesar de muchas iniciativas.

En lugar de despreciarlas, aplastarlas y tratar de imponer un solo modelo, se debería reconocer y valorar la fuerza y la creatividad de las expresiones de las particularidades locales, tomando en cuenta los fundamentos de sus propias reglas e instituciones, tecnologías y organizaciones productivas. Se requiere de políticas que tomen en cuenta la diversidad del sector agropecuario y alimentario, y valoricen el potencial de las diferentes agriculturas y agroindustrias (para garantizar una alimentación de calidad, y a la vez permitir condiciones de vidas decentes para los productores y frenar la emigración), en adecuación con las nuevas demandas de los consumidores (nacionales en primer lugar) para productos artesanales y regionales (Larson y Sarukhán, 2003; Rodríguez, 2007). Y al mismo tiempo, se requiere que los productores mismos, en el marco de diferentes “alianzas” o “coaliciones” posibles (con el mundo académico, con los consumidores, etc.), plantean y desarrollan nuevas formas de producir, intercambiar y consumir. La certificación de los productos puede ser una alternativa (marca colectiva, marca de certificación, denominación de origen, agricultura orgánica,

etcétera), asociada a la promoción y mejoramiento de tecnologías campesinas tradicionales o artesanales.

Frente a esas constataciones, se planteó la hipótesis que la valorización de los sistemas productivos tradicionales podría constituir una oportunidad para un nuevo modelo de desarrollo. Pero se debe analizar su capacidad de movilización y activación para un desarrollo sustentable y endógeno, y las condiciones (económicas, sociales, tecnológicas, jurídicas y políticas) necesarias para activar esa capacidad. Es lo que se pretende en esa discusión final, movilizando los elementos teóricos y empíricos aportados en los capítulos anteriores para un análisis comparativo, multidisciplinario y multiescalar. Lejos de una pretensión de aportar respuestas globales y definitivas, que lleva con certeza al fracaso teórico como empírico, se tratará de aportar una piedra al edificio, de evidenciar la pertinencia de la inserción de los procesos de calificación en diferentes escalas, en diferentes lógicas o mundos, y de ver cuáles pueden ser los resultados e impactos de tales procesos.

Tras haber analizado el destino de tres procesos de calificación de quesos tradicionales en el marco de sistemas agroalimentarios localizados (o sistemas productivos locales), esta discusión se da como objetivo construir una reflexión más general, movilizando no solamente elementos de análisis sacados de los casos empíricos, articulando esas diversas experiencias entre ellas pero también con los datos y el análisis del marco de referencia y del marco teórico. Se vislumbrará así las cuestiones planteadas por los procesos de calificación, tanto en cuanto a su inserción en un marco institucional, sectorial y político, como en su propia dinámica interna. Aunque será difícil evaluar los impactos de los diferentes procesos de calificación analizados, por su carácter reciente o incluso actual, se podrá reflexionar sobre algunos resultados preliminares y las perspectivas que ofrecen.

6.1 Un marco desfavorable para la calificación y patrimonialización de los quesos tradicionales

En pocos casos se ha demostrado en México una dinámica territorial fuerte asociando desarrollo local, calificación de un producto agroalimentario y acción colectiva. No existía ningún producto alimenticio procesado que beneficiaba de una indicación geográfica (IG) (sea denominación de origen, o DO, o marca colectiva de tipo IG, o MC) antes de la iniciativa alrededor del queso Cotija. Sin embargo, inspirados por los casos exitosos de IG, en particular en Europa, algunos productores y sus “acompañantes” (asesores, académicos, gobierno local) han elegido utilizar esas figuras como eje de un desarrollo local, y de un empoderamiento de los actores locales (especialmente pequeños productores de leche y de queso) (Barragán, 2003). Las IG, sea bajo la forma de DO o de MC, pueden en efecto constituir una parte de una estrategia de consolidación de las dinámicas locales, de activación de los sistemas productivos locales queseros, sólo o junto con otras formas de coordinación territorializadas (Cerdan y Sautier, 2001).

El queso Cotija ha sido entonces un pionero, y podría abrir la vía para otros productos. De hecho, inspiró iniciativas similares para otros productos, en particular para otros quesos tradicionales. Pero los políticos han aprovechado escasamente este caso para abrir un debate más amplio sobre las orientaciones técnicas y comerciales en el sector agroalimentario, las consecuencias que implican y las diferentes maneras de proteger y promover el patrimonio alimentario del país. Al contrario, una falta de comprensión y de diálogo caracteriza las relaciones de los actores de los sistemas productivos tradicionales con la administración (el IMPI, la SSA y COFEPRIS, entre otros). El contexto institucional y administrativo, en sus aspectos normativos y cognitivos, dificulta la puesta en marcha de sellos de calidad territorial y los procesos de calificación territorial. Se analizará tres elementos destacables que limitan las posibilidades de movilizar la calidad territorial de un queso tradicional para instrumentalizarlo como herramienta de desarrollo local: el marco regulatorio de las DO y MC, la cuestión sanitaria, y la regulación del uso de denominación queseras.

6.1.1 Limitantes y potencialidades del marco regulatorio de las denominaciones de origen y marcas colectivas

A pesar de su presencia en el marco legislativo desde 1974, no se han realmente desarrollado las denominaciones de origen en México, y las indicaciones geográficas en general, en particular para los productos procesados. En efecto, las DO que se atribuyeron hasta ahora se dieron para bebidas espirituosas, unos productos artesanales y unos productos agrícolas no procesados. El IMPI ha cerrado la posibilidad de valorizar productos tradicionales vía las DO, rehusándose a considerar esa

opción para los quesos tradicionales, para los cuales propuso marcas colectivas. Al mismo tiempo, otorgó denominación de origen a la vainilla de Papantla en 2005, y el chile habanero de la Península de Yucatán, productos para los cuales se combinaban potencial de exportación, y un cabildeo suficientemente fuerte por parte de una entidad federativa. La DO que sirve de referencia, el Tequila, es un producto industrializado, cuyo ejemplo no sirve mucho para alimentos tradicionales (sino que más bien sirve de contraejemplo...). Esa situación conduce a preguntarse al final cual es la visión dominante sobre las DO y MC en México, y si tal visión, que influye significativamente en la regulación de esas figuras, es adecuada o no para los procesos de calificación de quesos tradicionales.

6.1.1.1 Falta de recursos, instrumentos y procedimientos para la regulación de las IG

Si la DO es claramente definida en la ley mexicana a partir de las referencias internacionales (Arreglo de Lisboa), los instrumentos para su regulación siguen bastante imprecisos. El vacío es en primer lugar legislativo: solamente unos artículos en la ley de Propiedad Industrial (y apenas se mencionan en el artículo 68 del Reglamento de ley de Propiedad Industrial), sin precisión sobre las condiciones de validación de una solicitud, sobre los instrumentos de regulación y control, etc. pero también es administrativo: el IMPI tiene muchas funciones y el asunto de las DO es muy secundario. No tiene un departamento o un área que se dedica específicamente a las DO, sino que es parte de la “subdirección divisional de servicios legales, registrales e indicaciones geográficas”³¹². El IMPI se compone especialmente de juristas, especialistas en derecho de propiedad, en particular marcas y patentes, que tienen muy poca preparación sobre IG. Los mismos funcionarios del IMPI reconocieron que todavía tiene que avanzar más sobre la definición, y los mecanismos de protección de las DO, así como su instrumentación. Esa falta de especificidad del marco legal e institucional es aun más fuerte para las MC, consideradas como una “subclase” de marca, cuyo uso se hizo coincidir en la práctica con la protección de IG, sin que esa opción sea prevista legalmente.

El IMPI no dispone realmente de recursos financieros ni humanos para atender la cuestión de las IG, realizar un verdadero peritaje, interno o externo, y atender correctamente las solicitudes de DO y MC. Además, en particular para los productos alimentarios tradicionales, no existen un sistema organizado de “expertos oficiales”, organismos o instituciones con las competencias y capacidades

³¹² Ver el organigrama del IMPI para 2010 en http://www.impi.gob.mx/wb/IMPI/estructura_organica. Es además extraño notar que la denominación de la subdirección hace referencia a la figura de “indicaciones geográficas”, que no tiene existencia legal en México... Esa subdirección engloba los asuntos de DO y MC. Cabe notar además que esa subdirección es nueva, pues previamente las DO como las MC eran integradas en el área de signos distintivos. La explicitación de la noción de IG puede relacionarse al debate generado alrededor del queso Cotija, y del debate que se dio en el senado sobre el uso limitado de las DO, cuestionando el papel del IMPI (Jiménez Macías, 2008; Varela, 2009).

necesarias para acompañar y evaluar las solicitudes. El IMPI se encarga solo de analizar y evaluar las solicitudes, y eventualmente pide la asesoría de actores públicos o privados. Se realiza también una consulta pública, pero los plazos son cortos, y la información en realidad poco difundida; y en el caso de la MC, no hay consulta pública.

La ley de Propiedad Industrial aconseja también apoyarse en normas oficiales. Pero eso nada más desplaza el problema: a menudo esas normas no existen para productos tradicionales y deben ser elaboradas. En cuanto al queso, la única norma ha sido emitida por la Secretaría de Salud (NOM-243-SSA1 de 2010, reemplazando la NOM 121 vigente desde 1994). Esta norma define el queso como un producto obtenido a partir de leche pasteurizada y homogeneizada... referencia difícilmente utilizable para quesos de leche cruda. Además, la definición del pliego de condiciones puede hacerse directamente en la declaración de protección de la DO, en una NOM o en los dos. Se puede llegar entonces a una regulación dual, redundante, que jurídicamente puede generar cierta confusión.

Los plazos de atribución de una DO³¹³ y de una MC son cortos para analizar las solicitudes de DO y permitir un verdadero debate. En el caso del queso Bola de Ocosingo, la MC se hizo en menos de 9 meses, sin que haya un debate entre los diferentes puntos de vista, sin reflexiones ni estudios. Si en el caso de Cotija el proceso fue más largo, no fue realmente porque se dio un debate público (pues el consenso entre productores implicados y asesores se había hecho previamente), sino más bien porque el IMPI se rehusaba en atribuir una MC. Así las decisiones sobre DO y MC se toman a menudo sin un verdadero debate público, a puerta cerrada. La administración tiene entonces todos los poderes, incluso los políticos no tienen *a priori* derecho a intervenir (no hay validación política necesaria de las decisiones del IMPI). En este contexto es difícil defender o contestar una decisión sobre una DO, sin procedimientos, personal, ni reglas. En el caso de una MC, la única forma de oponerse es que haya una irregularidad en términos del derecho de marcas comerciales.

En síntesis, el marco legal y administrativo para las IG en México carece de recursos y de claridad en cuanto a sus objetivos, instrumentos y procedimientos. Así las reglas constitucionales “*de jure*” (Ostrom, 1990; Schlager y Ostrom, 1992) que las enmarcan, es decir las leyes y los reglamentos oficiales, son incompletas y dejan muchos márgenes de interpretación. Por lo tanto, las modalidades y procedimientos de construcción de una IG (DO y MC) remiten sobre todo a un conjunto de reglas “*de facto*”, determinadas por el IMPI, a partir de ese marco escasamente definido. Esas reglas definen los actores que pueden participar en el proceso, y sus derechos:

³¹³ En comparación, en Francia, pasan varios años, de 3 a 5 en general, entre el inicio del proceso de obtención de una DO y su obtención efectiva (Ricard, 1999). Más que el tiempo, lo destacable es que se forma un comité de expertos que atienden el caso, y acompañan el solicitante en el proceso. La consulta pública es amplia, dando lugar a la recepción de 50 a 100 avisos y reclamaciones en promedio.

- Derechos de participación en el proceso:
 - DO: cualquier persona que tenga un “interés jurídico³¹⁴” puede solicitar una DO y/o dar un aviso o una reclamación sobre esa DO. La solicitud de DO da lugar a una consulta pública de 2 meses, y su validación depende de la aprobación del IMPI.
 - MC: la asociación de productores, titular de la MC, puede elaborar las reglas de uso que quiere, y cambiarlas libremente (mientras quedan dentro de la legalidad).
- Derechos de alienación de la IG:
 - DO: el titular es el Estado; la DO es entonces accesible para cualquier productor que respeta el pliego de condiciones y otros elementos de la declaración de protección de la DO. Una DO no tiene plazo de validez, mientras permanecen las condiciones que justificaron su atribución.
 - MC: la asociación titular de la MC es libre de aceptar o rechazar nuevos socios; pero es prohibido transferir la MC a otra entidad. Validez de 10 años de la MC, renovable.

No hay reglas precisas sobre el proceso de revisión de la solicitud de DO, o condiciones particulares para diseñar las reglas de uso de una MC. Se supone entonces que, dado la falta de textos y procedimientos legales, la construcción de las DO, o el registro de una MC, se hace en función de la visión del IMPI. Se verán a continuación las ventajas y límites de cada figura en la práctica.

6.1.1.2 Ventajas y límites del marco regulatorio de las denominaciones de origen y marcas colectivas

A pesar de ser promovido como instrumento de defensa de las indicaciones geográficas, la ley de propiedad industrial impide hacer uso de un nombre de lugar para una marca, individual o colectiva. Así, si las MC en México han sido consideradas como figura de Indicaciones Geográficas, no lo son realmente. En el caso del queso Cotija al igual que para otros productos del estado de Michoacán³¹⁵, la MC registrada se compone de un nombre de lugar (“Cotija”) seguido por la mención de “región de origen”. Se trata entonces de un montaje un poco particular, que permite destacar el origen del producto, pero sin que el uso del término “Cotija” sea reservado y protegido legalmente³¹⁶. Así, un queso que no tiene derecho de usar la MC “Queso Cotija Región de origen” puede indicar libremente en la etiqueta de sus productos “queso tipo Cotija”, o incluso “queso Cotija”. De la misma forma, el

³¹⁴ Es decir productores, asociaciones, sindicatos o cámaras de productores, y los organismos públicos (gobiernos federales, estatales y municipales, centros de investigación y universidades públicas,...).

³¹⁵ Se registraron en todo el país unas 20 MC de productos alimenticios y unas 30-40 MC de productos artesanales (cifras aproximadas, pues la IMPI no realiza un registro y seguimiento específico para las MC). El estado de Michoacán destaca, con más de 20 MC obtenidas tras la del queso Cotija. Estas MC tienen la particularidad de ser formada la mención “región de origen” asociada al nombre del lugar.

³¹⁶ De hecho al parecer se ha dado cuenta del problema legal del registro de marcas que comprenden un nombre geográfico. Así, si el IMPI sigue orientando a los grupos de productores locales que solicitan una DO hacia la obtención de una MC, se niega ahora en registrar una MC que contenga un nombre geográfico. E. Barragán (véase Cambio de Michoacán, 2008) denunció esta inconsistencia en el comportamiento del IMPI, y planteó la necesidad de crear un organismo especializado en las IG y DO, y de modificar la ley.

IMPI otorgó la MC queso “Bola de Ocosingo –Chiapas” a la SAIQO, sin contemplar el problema legal que constituye la presencia de denominación geográfica dentro de la marca. No explicó claramente a los productores de la SAIQO si tenían o no la exclusividad del uso de esa denominación, y si los productores de queso Bola fuera de la asociación podían seguir utilizando en sus etiquetas la mención “queso Bola de Ocosingo”. Así, una MC no resuelve la cuestión de la protección de una denominación, y por lo cual está lejos de cumplir con las expectativas relacionadas con una IG, al contrario de la figura de DO que asegura una verdadera protección legal frente a las usurpaciones o usos desleales de una denominación.

Pero la ventaja de una MC es, desde el punto de vista de los funcionarios del IMPI, de ser más sencilla: no requiere la creación de una NOM, de la justificación del vínculo territorio/producto, de un consejo regulador. Frente a las dificultades del IMPI para manejar el asunto de las DO, de las cuales tiene conciencia, ha preferido desde varios años orientar los actores privados o públicos interesados en las DO hacia la opción de la MC. Así, aun que el dispositivo de la DO permita una protección más completa y menos ambigua que la MC, es más sencillo de obtener y gestionar que una DO, tanto para los productores (menos requisitos), como para el IMPI (menos trabajo que cumplir) (Monjaras, 2009). Además, la MC es propiedad del grupo de productores, y no del Estado, y por lo tanto su manejo sería más flexible, pues sería un asunto “menos político”. Así, según productores de queso Bola, el IMPI no quiso darles una DO: *“hay un problema con la DO, es que todos lo quieren. Pero el gobierno no la puede dar a nadie, porque se levantan pleitos”* (entrevista con un quesero, Ocosingo, 2009). Al contrario, siendo propio a un grupo privado, la MC no lleva tal problema. Los solicitantes de la MC definen ellos mismos el pliego de condiciones y reglas de uso: quién puede utilizarla, en qué condiciones, etc. Así la MC tendría todas las virtudes de las DO, sin tener sus desventajas... Es de esta manera como fue presentada la figura de MC a los queseros entrevistados y a sus asesores, cuando solicitaron al IMPI para la obtención de una DO.

La MC es un elemento que permite federar a los diferentes actores y puede ayudar a la inserción comercial de un queso tradicional. Pero no es estable (se otorga por 10 años, renovables) y no protege del riesgo de desterritorialización y deconstrucción patrimonial. No va en el sentido del refuerzo de la integración producto-actores-territorio. De un lado, la asociación de productores que la tiene puede hacer lo que se le antoja con la MC; puede tomar una nueva orientación y las reglas pueden ser modificadas en el sentido contrario a un arraigo territorial. Además, un operador puede exigir y obtener la exclusividad de la MC por varios años, lo que sería imposible con una DO. En fin, una MC no incluye por definición ningún vínculo producto/territorio, ni lo protege. ¿Qué pasará si la asociación se disuelve? ¿O si el IMPI se niega a renovar la MC? ¿O si la asociación decide que se

puede hacer el queso con grasa vegetal? ¿O si la asociación no acepta un productor, a pesar de cumplir con los requisitos de las reglas de uso? La MC no es una figura adaptada para proteger una IG y los elementos que implica, es decir los recursos incorporados en ese producto patrimonial. En ese sentido, una MC no disminuye la vulnerabilidad de un producto tradicional, y no les protege de apropiaciones internas o externas. Es una especie de caja vacía, cuyo uso depende casi exclusivamente de la voluntad y objetivos de su titular.

Una DO, aunque hacen falta procedimientos y reglas más claras, beneficia por lo menos de un mínimo de reglas, que las enmarcan (bajo la vigencia del estado), y dan supuestamente un sentido y una protección a la relación entre producto-actores-territorio. Es una figura jurídica que no puede ser apropiada por un grupo de productores, que podrían decidir de manera arbitraria quién puede utilizar la denominación y quién no. Mientras un productor respeta las condiciones de producción (área delimitada y características del proceso), nadie puede prohibirle el uso de una DO. En este sentido la DO no es un *bien-club* como la MC, sino que corresponde más a un bien público local, un patrimonio colectivo, regido por ciertas reglas y principios basados en la noción de anclaje territorial (o por lo menos, se plantea de esta manera en la ley).

El caso del queso bola de Ocosingo ilustra bien los límites de las MC. Mientras que ese producto era y es producido por más de 9 productores, sólo 3 quedaron en el grupo titular de la MC. Se consideran como los únicos productores legítimos, y excluyen los demás de la posibilidad de entrar en la organización, por varias razones. Se apropiaron del proceso de calificación, y del uso de la marca colectiva y del reconocimiento vinculado, así como de los apoyos públicos que beneficiaron a ese grupo. Sin embargo, dado el carácter ambiguo del estatuto de las MC, no han obtenido la exclusividad de la denominación, aunque lo esperaban. Pero son supuestamente los únicos autorizados para ostentar la marca “Queso Bola de Ocosingo–Chiapas”.

En síntesis, las MC constituyen un instrumento inadaptado para responder a los retos de un proceso de calificación territorial. No ofrecen las garantías, los procedimientos ni las condiciones adecuadas. Puede tener algún papel para movilizar, pero no reemplaza una IG. En México, sólo la figura de DO puede cumplir ese papel. Pero hacen falta muchos recursos e instrumentos para volverlas operacionales eficientemente a favor del sector productivo.

La debilidad del marco regulatorio no es ajena a una visión ideológica que atribuye poca importancia a las IG, y las limitan a un simple derecho de propiedad destinado al desarrollo comercial, y a una concepción del desarrollo y del progreso que excluye o marginaliza lo tradicional.

6.1.1.3 *Visión dominante de las IG en la administración federal mexicana*

La visión dominante de las IG en México se vincula a la hegemonía de los planteamientos del neoliberalismo: una IG es legítima sólo si puede ser competitiva en el mercado internacional (Rodríguez, 2007). Es entonces sobre todo en el mundo mercantil (según la terminología de la economía de las convenciones, presentada en el marco teórico), eventualmente asociado con una visión industrial de la calidad, que se legitima, justifica y evalúa una IG, considerada como un instrumento del derecho de propiedad.

El IMPI prioriza la cuestión de competencia sobre la de calidad³¹⁷, o más bien somete la calidad a los planteamientos de la competencia, como es a menudo el caso en el mundo (Ngo, 2006). El análisis de un artículo publicado por un funcionario del IMPI (Schultz, 2005) ayuda a entender su punto de vista³¹⁸, que considera una IG como una diferenciación para un producto en el mercado (en el sentido de la mercadotecnia). En ese artículo, se insiste a través de varios ejemplos (sobre todo internacionales) sobre los logros de las IG en términos de difusión del espíritu empresarial, homogeneización de la producción, alcance de nuevos mercados (en particular de exportaciones), competitividad. Se enmarca explícitamente las IG en el ámbito de la “*administración de las empresas*”, en particular de la “*mercadotecnia*” (*ibid*: 468). Se interesa por los casos “*grandes*”, “*industriales*”, que requieren una fuerte inversión, planteada como necesaria para acompañar una IG. Se destaca que es mejor que los pequeños microempresarios familiares y artesanales se satisfagan con una MC; calificando la DO de “*obsesión*” y diciendo que el problema de los pequeños productores es la organización y la falta de estrategias de comercialización (es decir mercadotecnia, estudios y planes de mercado, etc.), y que por lo tanto la DO no les corresponde.

Además, se afirma que las IG y las DO en particular no son adaptadas para México, por no existir la “*cultura*” de las DO (mientras que se supone que el consumidor europeo es casi naturalmente sensible al concepto, informado y dispuesto a pagar, y que “*conoce perfectamente lo que representa una DO*”) (Schultz, 2005: 470). Al final del artículo, se menciona los asuntos de “*cultura local*”, de “*desarrollo*” y de “*permanencia en sus regiones de los productores*”; pero sin profundizar lo que se entiende, y como se relaciona con la cuestión de las IG. Finalmente, se considera que hasta la idea de la IG se “*vende*” a los productores (*ibid*: 471), viendo la IG como un simple “*business plan*” colectivo que se apoya en algunos conceptos históricos y geográficos para justificar su monopolio. Es así como

³¹⁷ O incluso no se preocupa de la cuestión de la calidad y de su regulación, en sus diversas dimensiones, aun oficiales. Por ejemplo, en el caso del queso Cotija, se validaron las reglas de uso, que implicaba el uso de leche cruda, en contradicción con la NOM-121-SSA1.

³¹⁸ Concuera con las entrevistas que se realizaron con personales del IMPI, y las diferentes conferencias y pláticas que dan representantes del IMPI.

se plantea en el artículo la legitimidad de una solicitud de IG, y se analiza su potencial, su éxito y su fracaso.

La preocupación del IMPI en torno a las IG podría ser resumido por una pregunta: ¿cómo proteger de la forma más adecuada los productos mexicanos, en la lógica de los derechos de propiedad industrial? Al parecer, ese tipo de protección se enfoca más a evitar la competencia de otros países, que de proteger una región, un sistema productivo local o una categoría de productores específicos³¹⁹. Aplicado al caso del Tequila, la idea es proteger la producción mexicana de ese producto, y después que aproveche el más fuerte y poderoso entre las empresas involucradas. Las preocupaciones por el desarrollo local, el patrimonio cultural y natural son solamente elementos de un discurso que esconde la inconsistencia de la DO en cuanto al anclaje territorial. Mientras que una de las preocupaciones (u obsesiones) principales del Estado es mejorar la competitividad y de hacer crecer las exportaciones (en particular hacia EE.UU), las dependencias públicas no ven el interés de otorgar un reconocimiento y una protección a la producción quesera de algunos rancheros o queseros; si se puede vender el queso Cotija o el queso Crema, y si tiene éxito, ¡pues que todos lo hagan en el país y lo vendan, y que el mercado seleccione el más eficiente! Es la lógica con la cual interactúan las iniciativas de DO y MC para los quesos tradicionales, lejos de las preocupaciones de desarrollo territorial.

Una DO es entonces vista como un instrumento de derecho de propiedad destinado sobre todo a proteger los productos exportables de la competencia extranjera, de la usurpación de un producto mexicano³²⁰. Pero en un país que tiene más del 80% de sus intercambios comerciales con los EE.UU., país que no reconoce las DO y no tiene una figura legal específica para IG, el IMPI (y otras entidades del gobierno) justifica el poco de énfasis que se pone en la protección de las DO, por no ser tan interesante para las exportaciones mexicanas. De hecho, México tiene una posición peculiar a nivel de las negociaciones internacionales sobre las IG. Si su inscripción en el Arreglo de Lisboa hace de ese país uno de los pioneros en el tema, sus intereses comerciales no le incentiva a oponerse de manera frontal con EE.UU. en los debates de la OMC sobre IG. Además, el poco desarrollo de las DO en México, frente a las centenas de DO e IG registradas en Europa, incentivó México a adoptar una

³¹⁹ En realidad también es para evitar los fraudes dentro de México; aunque se puede cuestionar el concepto de fraude para la DO Tequila, cuando se autoriza 49% de alcoholes no agaveros y una zona de producción tan amplia en la DO Tequila.

³²⁰ Así los productores amparados por una DO son principalmente productos para los cuales hay, potencial o efectivamente, un mercado de exportación: cafés, mango, vainilla, chile habanero, Tequila y otras bebidas, ámbar y artesanía. Además, los discursos de las diferentes administraciones se caracterizan por destacar siempre la cuestión de la exportación como meta principal de las DO.

posición matizada, preocupándose en realidad nada más por el Tequila³²¹. ¿Porque “pelearse” e invertir en un concepto que no se ha apropiado realmente por la administración nacional y que al final beneficia más a otros países?

Por su parte, SAGARPA tiene una visión muy apegada a la del IMPI. Comparte su visión sobre las DO (que alude más a una visión industrial de la calidad) y su interés comercial (sobre todo para exportación), y considera esa figura como un proceso complejo y costoso, asociado a una regulación “paternalista” del Estado. Además puesto que no se aplica en EE.UU, no sería tan útil (SAGARPA, 2009b). SAGARPA integra la cuestión de las DO y MC dentro de su política de normalización y certificación de calidad, en segundo plano frente a temas prioritarios como la inocuidad (SAGARPA, 2009a). Participa también en los grupos de trabajo sobre las NOM vinculadas a las DO (Mezcal, chile habanero de Yucatán, etc.). En el marco de la conformación de los “Sistema-Producto”, se ha pensado en algunos casos trabajar sobre sellos de calidad como las DO y MC. Los apoyos de SAGARPA están más destinados a las MC que a los DO, ya que considera las MC como más adecuados. Pero esos apoyos son muy limitados, y no se puede realmente decir que SAGARPA haya tenido una política específica hacia la cuestión de los productos tradicionales e IG, dejando el manejo de las MC y DO al IMPI, y no ofreciendo apoyos a los productores³²². Son a menudo los gobiernos estatales (a través su secretaría de agricultura o de desarrollo económico) que tienen más implicaciones en apoyar a los proyectos de DO y MC para los productos tradicionales de su región. Es lo que ha pasado con los tres procesos de calificación analizados: son los gobiernos estatales, y no las dependencias federales, quienes apoyaron los productores, e incluso tomaron a veces la iniciativa de solicitar una IG.

PROFECO, dependencia pública a cargo de la defensa de los consumidores, también sigue la visión del IMPI, sin ponerla en tela de juicio. Afirma por ejemplo que la DO Tequila se extiende en lugares cuyas “condiciones” son “similares” a las del pueblo de Tequila (PROFECO, 2004a)... Para PROFECO, las ventajas de una DO remiten a un mejor acceso al mercado, promoción y organización para los productores, y protección contra usurpación para consumidor y productor. Esa visión concuerda con una aceptación de la DO que la reduce a un instrumento de mercadeo. También asocia la DO a una NOM (asimilando entonces en ese caso la DO a un estándar), lo cual a pesar de no

³²¹ Por lo cual el gobierno prefiere integrar la protección del Tequila, y ahora también del Mezcal, dentro de los acuerdos comerciales bilaterales, que defender las IG en general en los acuerdos multilaterales como la OMC.

³²² Por ejemplo, en ninguno de los casos analizados, se reportó un apoyo de SAGARPA, o del los comités del Sistema Producto de Leche. La SAGARPA se preocupa de hecho sobre todo por la producción primaria, y tiene muy poca relación y programas destinados a los actores de la transformación, aun cuando son ellos mismos productores primarios.

ser explícito en la ley es considerado por todos los organismos como un paso necesario (aunque puede hacerse después del reconocimiento de la DO).

En la lógica neoliberal, asumida tanto en el IMPI como por muchos organismos y dependencias públicas, un argumento redundante en contra de las DO es que el Estado sea el titular de las DO. Esa situación es vista como una marca de paternalismo, un obstáculo para un manejo eficiente y competitivo (SAGARPA, 2009b). Se enmarca así la desconfianza de los organismos hacia las DO dentro del discurso anti-paternalista que ha justificado las políticas neoliberales. Esa idea se pudo constatar en el discurso de un quesero de Ocosingo, quien mencionaba la titularidad de la DO por Estado como un defecto de las DO: *“nos han hablado de eso [de la DO]. Pienso que había que pensarlo muy bien; para que nadie más lo pueda hacer. El problema es que el gobierno sea el dueño de la marca. - ¿y porque es problema que sea dueño el estado de la DO? - Mmm.... pues mientras que estamos en orden y todo, no hay problema; no lo había pensado.”* (Entrevista con un quesero, Ocosingo, 2009).

El ejemplo del Tequila muestra que esa acusación de paternalismo e intervencionismo (como de hecho la supuesta prioridad dada a la libre competencia) es muy relativa: el Estado deja los actores dominantes de la DO y del CRT manejar libremente el destino del Tequila; al contrario les apoya sin reserva cuando lo solicitan, y les deja utilizar la DO como herramienta de control y reducción de la competencia a favor de algunos pocos. Además, los consejos reguladores, en lugar de ser terceros independientes para certificar los actores de la DO (lo que recomiendan las políticas neoliberales acerca de la certificación de sellos de calidad), son en realidad implicados a la vez en el diseño de la DO, su manejo y la certificación, y son controlados por los actores dominantes (Bowen, 2008). Así en lugar de constituir alternativas para favorecer el *“empowerment”* de los actores locales y favorecer una repartición más equitativa del valor agregado, las DO han permitido en México institucionalizar y reforzar las relaciones asimétricas de poder en las cadenas productivas (sin tomar en cuenta las DO que no sirvieron para nada, o casi, y no son utilizadas, como el mango ataulfo, el ámbar y el café de Chiapas). Las DO y con ellas las MC se enmarcan entonces de un lado en un discurso neo-liberal, que enfatiza la competencia, el éxito comercial; y al mismo tiempo se atribuye y se maneja con una postura clientelista, donde se atribuye las DO en función de la capacidad de cabildeo de los gobiernos estatales, sin importar mucho el producto y el sistema productivo local.

Entonces no existe realmente un planteamiento por parte de las entidades públicas de una especificidad de las DO y MC. No se puede hablar de una política de las IG como tal. Son simples derechos de propiedad o de uso otorgados y amparados por el gobierno, que dan la exclusividad del uso comercial de una denominación o marca, sin que haya otra preocupación. Más de 40 años tras su

inscripción en la ley, las DO, y de manera general las IG, siguen casi ausente del ámbito mexicano, salvo el caso del Tequila. De hecho, es como si la figura de DO había sido hecha por y para el Tequila³²³. Buscar el apoyo de los actores del Tequila, en particular del CRT, como lo hicieron los actores de la calificación del queso Cotija, podría entonces revelarse una estrategia eficiente.

6.1.1.4 De la falta de cultura institucional al desconocimiento general de las IG en la sociedad mexicana

Siguiendo a Bowen (2010), se puede constatar que falta una cultura institucional de las IG (sea DO o MC tipo IG) en México: no hay ni organismo dedicado y especializado, ni política específica. Tampoco las IG son integradas a la política agropecuaria y rural, no hay apoyos específicos, los productores y los consumidores no son informados y acompañados en ese asunto; etc. En ese contexto, no es de sorprender que el IMPI no disponga de los medios financieros y humanos para desarrollar una verdadera política de las IG. Esa situación contrasta con lo que pasa en Europa, y en particular en Francia, donde la intervención y presión del Estado ha favorecido el establecimiento de una cultura de las IG que ayuda a que los esquemas de IG sean más vinculados al terruño, a la calidad territorial, a un manejo más democrático de la cadena productiva. Las IG son así a menudo integradas en planes de desarrollo local sustentable y de promoción de una agricultura y una agroindustria multifuncionales³²⁴.

En México, a falta de verdaderas políticas públicas que enmarcan las DO (y las MC tipo IG), sus orientaciones son por defecto las mismas que las que motivan la regulación comercial vía el esquema de marcas. Las DO siguen siendo muy marginales en México, ya que pocos productores y consumidores conocen su meta y su funcionamiento. Solo dos DO funcionan en la práctica, con una NOM y un consejo regulador activo: el Tequila y, en menor medida, el Mezcal³²⁵. Para el IMPI, su objetivo es la protección comercial de un producto contra los usos fraudulentos y desleales, la protección del uso de una DO “ya reconocida” en el mercado (criterio bastante ambiguo), y, lo más importante, la “competitividad” en el mercado nacional y sobre todo internacional (Amigo C., 2008).

³²³ Se puede notar en el discurso del IMPI, ver por ejemplo Rodríguez Cisnero (2001). El XV aniversario del CRT, en 2009, dio así lugar a una demostración de la fuerza de esa DO, y de la estrecha relación que entretenía con el mundo político, jurídico y económico nacional. Además, sus redes se extienden mucho más allá de las fronteras mexicanas; el CRT presiden desde 2010 la asociación Origin, asociación internacional que reúne a representantes de productores con IG.

³²⁴ Tampoco se debe idealizar la situación de las IG en Europa. Sus diseños y sus impactos son muy variables según los casos, como lo mostraron los programas de investigación PRODIGG (Casabianca y Touzard, 2009) y SINERGI (véase en <http://www.origin-food.org/2005/base.php?cat=30&page=32>). Sin embargo, lo seguro es que son parte de una estrategia, una visión y una política que les articula con un conjunto de preocupación, entre ellas el desarrollo territorial y la valorización de los patrimonios naturales y culturales.

³²⁵ El carácter inactivo de las DO también puede explicar que el IMPI considere las DO como una figura ineficiente. Sin embargo, se puede también atribuir su ineffectividad al hecho que fueron mal diseñadas, mal planteadas, y poco apoyadas por parte del Estado.

El desarrollo territorial, la protección de productos tradicionales (y de los sistemas productivos, económicos y socioculturales vinculados), la biodiversidad no son resaltados por el IMPI, pues ni entran en las prerrogativas de este organismo.

Este discurso sobre las IG y las DO, se encuentra también en la prensa, es transmitido a través de medios de comunicación. Así, un artículo sobre la cata de queso Crema en julio del 2008 (Cunjamá, 2008), y mencionando el proyecto de marca colectiva del queso Chiapas, ilustra esa confusión, al mezclar varios elementos³²⁶: marcas individuales, marcas colectivas y denominación de origen. Se hace énfasis en el registro de marcas y denominación de origen como una “*guerra comercial*” entre los estados, se habla de “*producción de estándares*” y de “*mercados internacionales*”. Se habla de los “sueños” de algunos representantes políticos, pero poco de la realidad del sistema productivo del queso Crema, y de las posibles expectativas del proyecto de MC. En efecto, la realidad del mercado del queso Crema no tiene nada que ver con el mercado internacional, sino que implica una reflexión sobre el mercado regional y la competencia con productos adulterados, y el problema de la usurpación del origen, en los mercados regionales y nacionales, lejos de cualquier hipotética competencia internacional. En otros artículos de prensa, se atribuyó al queso Cotija una denominación de origen que nunca obtuvo (véase Sin autor, 2008a). En fin, los diferentes artículos de prensa consultados reflejan en general de la confusión sobre las MC y DO, de la visión dominante de la administración; expresan más los “sueños” (“exportación”, “calidad internacional”, etc.) que analizan la realidad del producto y del sistema productivo en el cual se ancla, y participan de esta manera a fomentar cierta confusión.

En la sociedad en general, se desconocen las figuras de DO, IG y MC. Si las IG y las MC son casi totalmente desconocidas por los consumidores, se tiene un conocimiento borroso de las DO, asociado a menudo con el caso del Tequila, que la gente vincula con la noción de DO. De hecho, no hubo ninguna campaña oficial para difundir y promocionar las DO. Incluso en las propias botellas de Tequila o de Mezcal, no hay obligaciones de escribir de manera explícita y visible las palabras “Denominación de origen”; se escribe en general en pequeño, y se ve más el sello de la NOM o del CR que esas palabras. Los actores del sector productivo tampoco tienen un buen conocimiento de las

³²⁶ El título empieza por anunciar que “certifica el IMPI las marcas de diez empresas chiapanecas de quesos”, con subtítulo de “por su calidad, pueden competir en el mercado internacional”. Se afirma después que se otorgó “la certificación de marca Quesos de Chiapas [...] dándole un valor al producto que antes se identificaba por el papel celofán amarillo o rojo...” a 10 empresas; lo que no es cierto ya que ni existe esa marca, pues el proyecto de MC apenas había empezado. En realidad se entregaron marcas individuales. El artículo menciona después el proyecto de MC, afirmando que se trata de una competencia entre estados para registrar marcas, signos distintivos, denominación de origen y patente, de una verdadera “guerra comercial”. Luego dice que el siguiente paso es la MC (quesos Chiapas en realidad), que se crea “una regla de uso para la producción de estándares y buscar mercados internacionales”. Termina mencionando al catador “internacional” quien calificó los mejores quesos a la “altura de las principales marcas internacionales”.

figuras de DO y MC, aun cuando están implicados en un proceso de calificación que moviliza esas figuras.

En efecto, en el caso de los procesos de calificación estudiados, los productores tenían en general un conocimiento bastante limitado y a menudo confuso de las DO y MC. En el caso de la MC “Queso Cotija Región de Origen”, el 30% de los productores entrevistados no conocían esa figura (entre ellos, algunos miembros de la ARPQC), el 56% decían que la conocían un poco (no estaban seguros de lo que era, y no sabían cómo se llamaba), y solamente el 14% la conocían bastante bien. En Ocosingo, el 89% de los productores la conocían, pero no sabían siempre de manera precisa cuales eran sus funciones y alcance. De hecho, no podían decir si la MC volvía la denominación “Queso Bola de Ocosingo” una exclusividad del grupo SAIQO o no. En fin, en el caso de la Costa de Chiapas, el 70% de los queseros entrevistados no sabían que era una marca colectiva; el 23% ya habían escuchado sobre las MC pero tenían una idea borrosa sobre lo que era, y solamente el 7% tenían una idea clara de lo que era y para que sirviera; todos los participantes al proyecto ya habían escuchado mencionar la figura de MC, pero no siempre sabían en qué consistía.

En cuanto a las Denominaciones de Origen, el desconocimiento es aun más fuerte, y los productores a veces no distinguen realmente DO y MC. El 41% de los productores de queso Cotija entrevistados no sabían que significaba esa expresión; el 33% la conocían (la vinculaba con el origen del producto, como el Tequila): *“es un producto que se ha hecho en ese lugar, que es el único que puede salir con esta marca, por su origen; es un punto de identificación”* (entrevista con un quesero, Santa María del Oro, 2008). Pero los productores no sabían en general explicar en detalle lo que era una DO, y a menudo no sabían en cual sentido era diferente o no de la MC; el 22% conocían un poco más el concepto de DO, asociando esa figura con la exclusividad del uso del nombre; solamente el 4% tenían una idea bastante clara de lo que es una DO. En Ocosingo, se conocía un poco más la figura de DO, pues el 77% de los productores tenían una idea sobre la figura de DO, aunque a menudo no era muy clara, pero si contemplaban su carácter exclusivo. En la Costa de Chiapas, el 89% de los entrevistados no sabían que eran las DO, y solamente el 11% tenían una idea aproximada de lo que era.

En los proyectos de MC y/o DO analizados, la idea que queda en general en la mente de los productores, sea para MC o para las DO, es la de un instrumento para mejorar la inserción en el mercado. En los discursos de los productores, se mezclan en general varios campos, varias lógicas (industrial, mercantil, y doméstica principalmente) reflejando cierta confusión, y las diversas aspiraciones que plasman en esas figuras: captar nuevos mercados, exportar, mejores precios, diferenciar y proteger el producto, que se conozca y reconozca el producto, mejorar y garantizar la

calidad, uniformizarla, seguir reglas comunes, modernizar, mantener la tradición, no abandonar la producción. Analizaremos más adelante esos discursos, y veremos que su diversidad y la eventual confusión refleja la coexistencia y la confrontación de varias lógicas en los procesos locales.

En cuanto a las DO, los productores (que conocían esa figura) estimaban que era algo “arriba” de la MC, que garantiza la exclusividad del nombre. Las DO son vistas como figura jurídica que sirve para realmente proteger un grupo de productores de una región dada y su producción, impidiendo elaborar el producto en otras regiones y garantizando la exclusividad:

“Hay que buscar la denominación de origen y sacar la norma para protegerse. La marca colectiva no da ventaja, porque todavía no es bien definida. El IMPI dio una resolución, pero hay ambigüedad en su dictamen. Así lo dejó. (...)Lo [la denominación del queso] podemos usar nosotros, y otros también; no hay manera de restringir. La DO es de una región determinada, de condiciones geográficas, topográficas. (...) El interés es la exclusividad de la región, con lo cual se podrá mejorar el precio y todo”. (Entrevista con un quesero, Jilotlán, 2008)

“La denominación de origen, son productos que se elaboran en una sola zona, propios del lugar, y que no se mencionan en otros lugares. (...) Podría ser el siguiente paso para el queso Crema complementario de la marca colectiva”. (Entrevista con un quesero, Mapastepec, 2009).

“[La denominación de origen] Es que nadie puede hacer un producto más que en la región. Eso es lo que decían que tenían los de la marca del queso bola, pero no les admitieron la denominación de origen, lo aclararon en una junta”. (Entrevista con un quesero, Ocosingo, 2009).

En fin, estas visiones y representaciones de los productores reflejan en parte la visión transmitida por diferentes actores con los cuales interactuaron durante el proceso de calificación (funcionarios estatales, representantes del IMPI, académicos, etc.); y de la interpretación que hicieron de esa visión, a partir de sus propios conceptos e intereses. Así, se apropiaron poco a poco del concepto de IG. Es lo que se profundizará más adelante.

Sea a nivel de los funcionarios de diferentes administraciones, del sector productivo o del consumidor, las IG son escasamente conocidas en México. De hecho, eso es un argumento mencionado por funcionarios del IMPI para decir que como no se conoce ese concepto, no sirve. Sin embargo, se podría preguntar entonces ¿porqué se otorga a productores de chile habanero o de vainilla de Papantla, y no a los productores de queso Cotija, organizado desde más de 10 años con ese fin? Además, el hecho de que esa figura sea poco conocida y apropiada, que sea en el sector productivo como entre los consumidores, no es casual, sino que es también parte de la responsabilidad del propio IMPI y de otras dependencias, quienes no cumplen su papel de difusión y promoción de esas figuras, y tienen ellas-mismas una concepción a veces confusa de las DO y MC. Dado que hay muy poca educación y comunicación sobre esos asuntos, no es sorprendente que se

conozcan poco. La “cultura de las IG” no es algo natural, espontáneo, sino que es una construcción social.

Sólo algunos actores elaboraron una reflexión sobre las IG que plantea problemáticas más allá de la simple cuestión de derechos de propiedad: se trata sobre todo de académicos, y otros actores, quienes tomaron algunas iniciativas para que se mejorara el sistema de IG y se conozca mejor.

6.1.1.5 Iniciativas para el reforzamiento de las IG en México

Frente a un uso limitado de las IG y su orientación actual, algunas personas y organizaciones trataron de replantear la instrumentación de las IG como herramienta de desarrollo rural: académicos (véase por ejemplo los académicos implicados en el proyecto del queso Cotija, como E. Barragán, en particular véase Barragán, 2007, y P. Chombo, entre otros; o académicos que trabajan sobre la biodiversidad, como A. Valenzuela o J. Larson), gobiernos estatales (por ejemplo el gobierno del Estado de Michoacán), ONG (véase el caso del mezcal Papalotle de Chilapan; y Slow Food México) y asociaciones del sector privado (la asociación Bionexos, que organizó un evento y un sitio internet sobre productos de origen en México, llamado “México Campo Adentro”³²⁷; también un despacho de consultoría jurídica especializado en las IG, PRO ORIGEN³²⁸), organismos internacionales como la FAO y el IICA (Oyarzún y Tartanac F., 2002; Vandecandelaere *et al.*, 2009) o el PROTLCUEM (Proyecto de Facilitación del Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea), ofreciendo sus apoyos al gobierno mexicano para capacitación, intercambios y la organización de eventos sobre, entre otros asuntos las denominaciones de origen³²⁹. Cada uno de esos actores planteó su visión sobre las IG, y su uso potencial.

A nivel del Senado mexicano, se emitió un punto de acuerdo en el año 2008, para evaluar y replantear el uso de las DO, frente a la constatación de su escasa movilización³³⁰. Como respuesta política, se planteó en el marco del XV aniversario del CRT un estudio para determinar el alcance y las mejoras para las DO, con el apoyo entusiasta de los tequileros (Varela, 2009). La idea planteada es proponer una “ley de Indicadores³³¹ [sic] Geográficas y Denominaciones de Origen”, para mejorar la competitividad, atraer inversiones a partir de la valorización de la calidad, y de productos y usos

³²⁷ Véase en <http://www.mexicocampoadentro.org/index.php>.

³²⁸ Véase en <http://www.prorigen.com/inicio.php>

³²⁹ Como el seminario en Guadalajara en 2007 “Abriendo camino hacia la cultura de las indicaciones geográficas en México. Experiencias de procesos de patrimonialización de productos tradicionales”, o en Veracruz 2009 la conferencia “Sub-Regional Conference on Intellectual Property and the Competitiveness of Small and Medium Sized Enterprises (SMEs) in the Agro-Foods Sector in Latin America.

³³⁰ Jiménez Macías C., 2008. Punto de acuerdo relativo a la protección de los productos mexicanos, a través de la denominación de origen.

³³¹ Seguramente se querría hablar de “indicaciones” ...

tradicionales; teniendo como meta tanto la exportación como también el consumo local. Se plantean las IG y DO como algo “*haciendo a un lado la operación de marcas compartidas, y que darían mayores garantías a los productores [...]*”. En síntesis, si la confusión entre diferentes lógicas (industrial, mercantil, y doméstica) sigue presente, este texto atestigua la integración en los discursos de nuevos elementos. Aunque falta ahora ver si concretamente esas intenciones desembocaron en acciones concretas, y si esas acciones se diferenciaron realmente de lo hecho previamente.

En conclusión de su artículo sobre las IG, Schultz (2005) hizo dos propuestas (que de hecho pueden parecer en contradicción con el resto del artículo, dedicado a mostrar el carácter limitado del potencial de aplicación de las DO en México): formar un instituto de las DO, con SE, SAGARPA y bajo la dependencia del IMPI (integrando la problemática de las DO en una política de apoyo a las microempresas, en particular para la comercialización) y hacer campaña de promoción sobre IG. Si el ejemplo del marco institucional y de los 3 procesos de calificación analizados confirma el carácter limitado y la inadecuación de los procesos de calificación, y conduce a compartir esas recomendaciones, también se debe cuestionar el planteamiento ideológico y político que sustenta el uso de las figuras de MC y DO.

Así, una IG, sea DO o MC, no significa nada de por sí, sino que toma el sentido que le presta su encastramiento en un paradigma dominante. Si son necesarias nuevas estructuras y organismos, nuevos procedimientos y reglamentos, campañas de promoción, también se debe plantear para que sirvan las IG, y como: ¿Para exportar? ¿Para el desarrollo local? ¿Para regular un sector? ¿Para qué mercado?, etc. Se analizará más adelante como diferentes visiones se confrontan y se articulan adentro de las arenas propias a cada proceso de calificación, en relación con representaciones dominantes exteriores. Arenas locales y nacionales interactúan de hecho, y tal vez será a partir de lo que pasa a nivel local que se logrará avanzar a nivel nacional. Pero antes de verlo, se seguirá explorando las dificultades que encuentran los procesos de calificación en un contexto bastante desfavorable. Si el marco regulatorio de las IG es limitante, también hay frenos en el marco institucional sectorial.

6.1.2 Limitantes inherentes al marco regulatorio sectorial de los quesos mexicanos

Como se vio en el marco de referencia, el contexto sectorial no es favorable a los quesos mexicanos. La falta de regulación es uno de los principales problemas, dado que en ausencia de organismos que hagan respetar las reglas, o incluso a falta de reglas, la competencia da lugar a prácticas desleales, creando las condiciones para fenómenos una selección adversa (Akerlof, 1970).

En otros términos, los productos de calidad, cuyo costo de producción es en general más elevado, tienden a desaparecer frente a productos de baja calidad. Esa problemática de la regulación será abordada a través de dos elementos: la adulteración, y el uso de las denominaciones queseras.

6.1.2.1 La problemática de la adulteración y la calificación de los quesos tradicionales

La producción de queso en las empresas formales se hace a partir de leche (leche natural, y también leche en polvo) pero a veces también de otros insumos, como la grasa vegetal, caseinatos, etc. El uso de insumos no lácteos, como la grasa vegetal, contradice la normatividad, que lo considera como una adulteración ilegal, que supuestamente impide nombrar el producto “queso”. Como lo destacaron diversos estudios de la PROFECO (2000; 2003a; 2003b; 2006c; 2007a; 2007b), aun queserías consideradas *a priori* formales, con existencia oficial, no respetan la normatividad. PROFECO insistió en el “gran desorden”, la costumbre del “engaño” en la oferta de productos lácteos. Hay diversos problemas, que se repiten de un producto al otro, y que se han mantenido desde 2000 hasta la fecha: desfase entre la composición anunciada y real (humedad, proteína, grasa), incorporación de grasa vegetal o de almidón. Villegas (2004) distinguió por su parte los quesos genuinos, hechos con 100% de leche natural, de otros quesos (extendidos, análogos, etc.), que incluyen otras materias primas. Los quesos de imitación no respetan las reglas del juego, ya que hacen todo lo posible para engañar al consumidor. Por ejemplo, el queso Crema de Chiapas enfrenta la competencia del queso seco, hecho con requesón y grasa vegetal, que utiliza la misma presentación para generar confusión: se pone la palabra “imitación” (en general ni lo indican) en pequeño y “queso Crema” en grande en la etiqueta, y/o se pone la imagen de una vaca en la etiqueta:

“Hacen queso Crema en Coatzacoalcos, pero no tiene el mismo sabor, es adulterado, le meten requesón, también grasa vegetal; y te lo dan dos veces más barato”. (Entrevista con un quesero, Tonalá, 2008).

“Se hace queso seco desde 7 o 8 años; es otra calidad, es un subproducto. Y le ponen: “queso elaborado con derivados de leche” para engañar al cliente. (...) Se vende ahora más que el queso Crema, especialmente para los puestos de comida, pues se vende como cinco o seis quesos secos para cada queso Crema. (...) Lo pide el mercado, y hay que seguir la tendencia, te lo piden los clientes”. (Entrevista con un quesero, Pijijiapan, 2008)

En ese contexto, los quesos genuinos, en particular los quesos tradicionales, enfrentan la competencia desleal de productos adulterados, facilitada por la falta de información al consumidor y los bajos ingresos de gran parte de la población:

“Aquí [en Ocosingo] te venden quesillo de Villaflores a 64 pesos/kg; es muy malo, hecho con leche en polvo. Afecta el mercado porque es barato. También viene quesillo y queso de cuadro de la Costa, pero es de muy mala calidad, es revuelto con leche en polvo y grasa vegetal”. (Entrevista con un quesero, 2008, Ocosingo)

“En Puebla hacen mucho queso análogo, muy blanco, que suelta más agua que suero; con tiempo de caducidad muy corto. Allá la producción de leche es diferente, tiene menos sólidos”. (Entrevista con un quesero, Pijijiapan, 2008)

“La gente no tiene dinero, le va al más barato, el queso descremado, y también no conocen el producto. Se acostumbran a pura química. Nos afecta en el sentido que usan el nombre, y el queso es más barato; pero no tiene calidad, sabor. Por eso hay que buscar la denominación de origen, y sacar la norma”. (Entrevista con un quesero, Quitupán, 2008)

Ese problema de adulteración no se limita a una competencia de productos elaborados afuera de las cuencas tradicionales, o por grandes empresas. La adulteración es de hecho una práctica cada vez más difundida entre todos los queseros del país, grandes y pequeños, formales e informales, artesanales o no. La situación muy marginal de los productores de queso Cotija impidió sin embargo que se difundió esas prácticas en la Sierra de Jalmich; en Ocosingo tampoco se utilizan ni leche en polvo, ni grasa vegetal u otros insumos³³². Pero en cuencas más importantes, como la Costa de Chiapas, la presión impuesta por la competencia, así como el mayor acceso a tecnologías y proveedores de insumos, facilitó la difusión de prácticas de adulteración. Mientras que los queseros de la Costa destacan la diferencia cualitativa de sus productos en comparación a otros, al mismo tiempo desarrollan cada vez más esas prácticas. A mediano o largo plazo, esta estrategia podría acabar con la ventaja que les daba su fama. Sin embargo, hasta la fecha, el queso Crema ha beneficiado de un estatuto particular; destinado a un mercado de conocedores, de consumidores acostumbrados a la calidad del queso Crema, y considerado por los productores como un queso de calidad, ha sido hasta la fecha menos objeto de adulteración (aunque esas prácticas sean ya significativas; véase en la monografía 3). Pero, dado la competencia, es posible pensar que la tendencia a la adulteración crecerá, mientras no se valoriza la calidad y no existan reglas, instituciones para regular y orientar el mercado en este sentido.

A fin de cuentas, se debe también resaltar la gran heterogeneidad dentro de un mismo tipo de queso tradicional. Esa heterogeneidad refleja por un lado la diversidad y la riqueza de los saber-hacer locales. Pero cuando se trata de productos adulterados, de prácticas diferentes a la tradición local, es sobre todo la marca de una casi ausencia de regulación. Esta falta de regulación puede perjudicar a los productores de quesos genuinos. En efecto la falta de normas y de diferenciación en el mercado entre quesos genuinos y rellenos (de 30% a 70% más baratos a producir), favorecen los productos

³³² Por lo menos para la producción de queso bola de Ocosingo y queso crema. Hay una quesería que utiliza leche en polvo en tiempo de secas, pero es se dedica exclusivamente a la elaboración de queso tipo Chihuahua.

adulterados (sin hablar del pirateo de las marcas de queso Crema). Es típicamente una situación de selección adversa, tal como descrita por Akerlof (1970), en la cual la incertidumbre sobre la calidad de los productos tiende a eliminar del mercado los bienes de mayor calidad (por su composición, su tiempo de maduración, su origen,...). En tal contexto, se dificulta la posibilidad de obtener una renta de calidad para los quesos tradicionales (y artesanales en general). El caso del desplazamiento del queso Cotija genuino del mercado ilustra este proceso. Pero si se regula esa heterogeneidad, destacando la autenticidad y la calidad específica de los quesos tradicionales en función de su origen, el efecto puede ser opuesto. De un lado, la calidad puede ser valorizada por una renta; además, el reconocimiento del carácter único de un producto confiere las condiciones de una situación de monopolio, en la cual el productor puede pretender a una renta de monopolio (Harvey, 1999). La cuestión sería entonces ¿cómo y quién tiene acceso a esa renta? Las IG pueden ser constituir una alternativa en este sentido.

A través de un proceso de calificación se podría destacar y valorizar el carácter genuino de los quesos tradicionales y su calidad específica, frente a productos genéricos, a veces adulterados. Sin embargo, la falta de regulación hace que el consumidor no tenga la información suficiente y adecuada sobre los quesos que se les ofrecen. De un lado, la información, como lo señaló PROFECO, puede ser falsificada; y cuando los productores utilizan marcas y etiquetas propias, es común también que se piratean sus etiquetas, como se constató en la Costa de Chiapas. En fin, no solamente se piratean las marcas y etiquetas individuales, sino que el uso de denominaciones queseras es casi completamente desregulado, lo cual favorece usos desleales, contrarios a los usos históricos y tradicionales.

6.1.2.2 Desregulación y confusiones alrededor del uso de las denominaciones queseras

“Hay que diferenciarlo [el queso Cotija]. Todos venden queso Cotija y no es. Si haces calidad, y otro hace un queso malo y lo vende con el mismo nombre, pues te afecta. (...) Nos chingaron las fábricas grandes que hicieron imitación de queso Cotija. Entonces hay que proteger el nombre”. (Entrevista con un quesero, Santa María del Oro, 2008)

Esa citación de un rancharo de la Sierra de Jalmich sintetiza la problemática que enfrentan los quesos tradicionales. En efecto, la usurpación de la denominación de un queso tradicional ha marginalizado en ciertos casos la producción original, como ocurrió con el queso Oaxaca, o el queso Cotija. Pero también está ocurriendo con el queso Bola, para él cual en las propias tiendas del

gobierno de Chiapas se vende queso Bola de Ocosingo hecho en el centro del estado³³³; lo mismo está pasando también para el queso Crema:

“Aquí es leche natural, es zona de producción artesanal. (...) Hay Queso Chiapas que se venden en los supermercados de México que se hace en Hidalgo... No hay regulación del mercado, ni en la compra, ni en la venta”. (Entrevista con queseros, Pijijiapan, 2008)

Ese problema del uso desleal de denominaciones queseras ha justificado el interés por la obtención de MC y DO, para proteger y definir las denominaciones queseras, casi totalmente desprotegidas. Villegas (2004) también constató una gran confusión en el uso de denominaciones queseras. En efecto, no existen leyes ni normas que realmente lo regulen. Las normas oficiales (NOM) emitidas por SSA sobre los quesos y lácteos solo dan una lista reducida de nombres de quesos, que clasifica según si son frescos o madurados, pero sin definir sus criterios y características. Esa clasificación oficial integra muchos quesos extranjeros (cottage, Neufchatel, Port Salut, Cabrales, Gruyere, Gouda, Reggianito, Edam, Chester, Cheddar, etc.) y olvida muchos quesos mexicanos.

Por ejemplo se menciona un queso crema y doble crema, pero no tienen nada que ver con el queso Crema o doble Crema de Chiapas³³⁴. El queso Cotija es mencionado, como queso madurado; lo cual muestra que la legitimidad del queso tipo Cotija, producto en general fresco, es legalmente cuestionable. Se menciona también un tipo “bola”, clasificado como “madurado prensado”, diferente entonces del queso bola de Ocosingo. Aparte de las NOM, existen 8 NMX, para 8 tipos de quesos (queso Cheddar, Patagras, etc.). Pero no son de cumplimiento obligatorio, y no conciernen los quesos de mayor importancia en México. En esas circunstancias, el uso de las denominaciones queseras es casi libre, y no se protege el uso leal a las tradiciones de producción y de consumo.

La PROFECO (2003a; 2007b), al igual que SSA, utiliza los términos de “queso crema” y “queso doble crema” como una denominación genérica para quesos de alta humedad, y untables, comparable a un queso tipo cottage, con un contenido de respectivamente mínimo 32% y 40% de grasa (es decir un tipo de queso que no tienen nada que ver con el queso Crema de la Costa). Pero la PROFECO tampoco define claramente lo que es un queso crema³³⁵; de hecho no existe una norma ni

³³³ Aunque por la poca difusión de este producto, ha sido de alguna manera protegido de las usurpaciones.

³³⁴ En un curso organizado por el Instituto de Salud de Chiapas para los queseros de la Costa, se retomó la clasificación oficial para definir el queso crema; pero esa clasificación lo considera como un queso acidificado, untable, similar a queso cottage o petit suisse, y que no tiene nada que ver con el queso crema de Chiapas. Se supone que la clasificación utilizada por SSA y PROFECO retoma las normas internacionales, que no siempre corresponden a la realidad nacional. Así el Codex Alimentarius (1978) definió las calificaciones de queso “doble crema”, “crema” (o “entero”), y “mi descremado” en función de la proporción de grasa en el extracto seco.

³³⁵ En sus estudios sobre queso crema, PROFECO incluye tipos de quesos muy diferentes. Los quesos doble crema analizados no cumplen con la normatividad, por contener grasa vegetal. El tercer de los quesos crema tampoco cumplen, por no respetar la composición anunciada. En varios casos se detectaron microorganismos, signos de deterioro, pero que no representan un peligro. El único queso que contiene más de 10% de proteína

una definición oficial para el queso Crema. Además, a nivel local, coexisten varias maneras de denominar el queso Crema de Chiapas: queso Crema, queso doble crema, queso crema tropical, queso Chiapas, queso empapelado, queso de cuadro, queso Cárdenas, etc. Entonces, además de la confusión entre varios tipos de quesos, el proceso de calificación del queso Crema deberá resolver la cuestión de una forma común de denominar el queso Crema de Chiapas, que permita encontrar un consenso a nivel local, y sea adecuado con los usos a nivel nacional. La opción considerada ha sido utilizar la denominación “Queso Chiapas”, sin embargo hay dos problemas: deja de lado la denominación local más común (queso Crema), y sobre todo no es compatible con una MC, que no puede (supuestamente) incluir una denominación geográfica.

La cuestión de la determinación de la denominación adecuada se plantea también para el queso Cotija, pues entre los diferentes proyectos y foros de calificación, emergieron diferentes calificativos que podrían generar confusión: queso Cotija región de origen (MC), de la Sierra de Jalmich, artesanal madurado (NMX), “de montaña” (véase en el artículo de wikipedia en inglés sobre queso Cotija y en Fletcher, 2009). Pero el problema principal que enfrentó el proceso de calificación del queso Cotija, y que impidió la obtención de una denominación de origen, fue el debate que hubo (o que no hubo) sobre el carácter genérico de su denominación.

6.1.2.3 Controversias alrededor de la denominación de origen del Queso Cotija

La obtención de la protección de una DO es a menudo un asunto sensible y complejo, especialmente para organismos que no han sido capacitados y preparados para manejarlo. Para el IMPI, la cuestión comercial es más importante que las consideraciones de desarrollo territorial y de valorización de un patrimonio cultural. Como organismo público, su misión es el derecho industrial, no el desarrollo. Por lo tanto, su prioridad es enmarcar y proteger el uso de signos distintivos (como una marca o una DO), según los preceptos del derecho sobre marcas. Si se considera que el nombre de un lugar pasó a ser una denominación genérica para un producto, el IMPI estima que no se puede aplicar una DO o MC tipo IG a este producto, puesto que considera que todos los productores tienen derecho a usarla, por ser genérica. Esa consideración, aunque no sea mencionada en ley de propiedad industrial de 1994, hace aun más difícil el registro de una DO, en un país donde se acostumbró a un uso no siempre leal de las denominaciones geográficas. Incluso ciertas marcas hacen uso de denominación geográfica, lo que supuestamente prohíbe la ley, como por ejemplo la marca de lácteos “Chipilo”, o la marca de jamón “Parma”; en un estudio sobre queso panela de

(o sea el mínimo dado por la NMX-F-713-COFOCALEC para que un producto sea reconocido como queso), es un queso crema de Chiapas, que de hecho no tiene nada que ver con los demás quesos analizados en ese estudio.

marzo del 2007, PROFECO menciona un queso de marca “Pijjiapan” (que además no es elaborado en la Costa de Chiapas).

Esa usurpación puede volver genéricos muchas denominaciones (en particular en el caso de los quesos), según la visión del IMPI. Pero en realidad es la decisión misma del IMPI que decide del carácter genérico o no de una denominación. El problema puede ser entonces de saber quién es legítimo, entre un uso leal y constante de un siglo o más de una denominación por un grupo de actores locales, y un uso más reciente pero más difundido. No existen textos ni jurisprudencia oficiales sobre ese asunto, y el único fundamento que menciona el IMPI es que la DO “*primero existe, después se declara la DO, [...] por hecho, no por derecho*” (entrevista con el Subdirector Divisional de Servicios Legales, Registrales e Indicaciones Geográficas del IMPI, 2007). Esa condición es ambigua, dando lugar a diferentes interpretaciones posibles. El caso del queso Cotija ilustra muy bien esa situación: a pesar de cumplir con todos los requisitos legales para la obtención de una DO, el IMPI rechazó la solicitud considerando que “Cotija” es una denominación genérica, aplicable a cualquier queso “tipo Cotija”, sin motivar jurídicamente ni explícitamente su decisión. Esta decisión ensombrece todavía más las perspectivas para los productos tradicionales, al negar un reconocimiento oficial frente a las imitaciones. El IMPI insiste en la defensa de la libre competencia, que opone en este caso a la protección de un producto genuino y de los productores que lo han elaborado según un uso leal y constante.

En Europa, el debate sobre el carácter genérico de una denominación quesera se planteó para varios casos: Camembert, Feta, Parmigiano, Emmental (Dimou, 2002; Pardo Leal, 2008)³³⁶. Los criterios invocados para evaluar ese carácter pueden basarse en varias fuentes: usos históricos, opinión de los productores, legislaciones y reglamentaciones nacionales, acuerdos bilaterales o multilaterales internacionales, Codex Alimentarius, características del mercado y del consumo. Esos criterios pueden ser entonces de índole jurídico, económico, histórico, cultural, social, científico o técnico. Establecer el carácter genérico o no de una denominación es por lo tanto un asunto complejo, que requiere estudios previos por expertos, un peritaje y la definición de procedimientos y criterios (más o menos) objetivos. No es algo mecánico, lineal, sino que tiene una dimensión sistémica y compleja, y las consecuencias son importantes, ya que se trata de establecer la legitimidad de un grupo para apropiarse el nombre de un producto (y por lo tanto de los recursos incorporados en él) y entonces excluir a los demás.

³³⁶ Además de un marco legal más definido, las DO en la Unión Europea han sido objetos de numerosos debates y decisiones jurídicas (Ngo, 2006), que constituyen una base importante para reforzar y estabilizar el contexto institucional en el cual se inscriben las DO.

La decisión final sobre el carácter genérico de una denominación depende también de orientaciones políticas, las cuales hacen inclinar la balanza en situaciones complejas y ambiguas. Así las decisiones recientes en casos de litigio en Europa favorecieron una visión en términos de origen en lugar de legitimar usos genéricos, en el caso de los quesos, aun en casos como la Feta donde se había difundido ampliamente un uso genérico de la denominación (Dimou, 2002). La DO es considerada como una alternativa para la sobrevivencia de ciertos sistemas productivos, especialmente en zonas marginadas. Es una herramienta para el desarrollo rural, y la preservación de los patrimonios. Y por lo tanto es un asunto político, manejado como tal.

La actitud del IMPI en el caso del queso Cotija (rechazo de la DO por considerar que esa denominación fuera genérica) tuvo de hecho también un carácter político fuerte, aunque el organismo pretenda tener una posición neutral y objetiva, basada en los preceptos del mercado competitivo³³⁷. Sin entrar en el debate sobre el carácter genérico o no de la denominación “Cotija”, se puede destacar el hecho que con esa decisión el IMPI impuso su visión del desarrollo, basado en el reconocimiento de los valores industriales y mercantiles encima de lo artesanal y patrimonial. Legitimó el “queso tipo Cotija” frente al queso Cotija genuino de manera autoritaria, sin argumentar oficialmente su decisión y sin debate público.

Frente a ese rechazo, los esfuerzos de la PSJ se desplazaron hacia otro arena para pelear el reconocimiento del queso Cotija. Así, se ha concentrado a partir del 2008 en la elaboración de una norma mexicana (NMX) para el Queso Cotija “artesanal madurado”. Ese proceso, que se da en el COFOCALEC³³⁸ (Consejo para el Fomento de la Calidad de la Leche y sus derivados), ha permitido por primera vez poner el debate en una arena pública (implicando productores, políticos y académicos). Gracias a eso, se ha creado un consenso más amplio para reconocer un queso tradicional en México, elaborado con leche cruda. Aunque hasta la fecha no terminó ese proceso, ha tenido la gran virtud de abrir caminos, de “desmontar” el terreno administrativo e institucional para nuevas alternativas.

Frente a las diferentes controversias sobre el carácter genérico o no de las denominaciones, y de los problemas planteados por la integración en las MC de denominación geográfica (queso “Bola de Ocosingo- Chiapas”; queso “Cotija Región de origen”), el IMPI se dio cuenta de que no podía seguir. Amenazó a la ARPQC de quitarle la MC, bajo el pretexto que no la utilizaba. Frente a solicitudes posteriores de DO y MC, decidió adoptar una nueva estrategia. Así, sigue orientando los productores hacia una MC, pero ahora una MC innominada. De tal manera, los productores de queso de poro de

³³⁷ En ese sentido adopta la postura de la economía ortodoxa, que pretende despolitizar la economía a través de un paradigma que atribuye todas las virtudes al mercado libre. Esa pretensión no resiste a un análisis objetivo, que destaca la dimensión política de tal supuesto.

³³⁸ Organismo de tipo asociativo, dedicado en particular a la normalización y regulación del sector lechero.

Balancan, Tabasco, obtuvieron una marca colectiva innominada, es decir la protección de un dibujito que no evoca nada, sin denominación ni libelado de marca (véase en el anexo 11)...

Pero más allá del problema de la desregulación del sector quesero, y en particular de los nombres, queda otra barrera significativa al reconocimiento de los quesos tradicionales: la normatividad sanitaria. En este caso, el problema no es tanto la escasa regulación, sino al contrario el riesgo que representa la estricta aplicación de una regulación inadecuada.

6.1.3 La problemática sanitaria: debates alrededor de diferentes concepciones de la calidad

Mientras que la PROFECO constata a menudo la dudosa calidad de muchos productos lácteos, y que los quesos adulterados están cada vez más presentes en el mercado, la calificación de los quesos tradicionales podría ofrecer otra alternativa al consumidor (y al productor): asociar ciertas garantías de calidad (específica) del producto, y la valorización de un modo de producción propio de una región, a través de un sello de calidad territorial. En un contexto donde la información para el consumidor es escasa, una IG podría constituir entonces una oportunidad para realmente poder elegir, al proporcionarle la información necesaria. Sin embargo, ese reconocimiento de la calidad de los quesos tradicionales (al igual que los quesos artesanales) se enfrenta al marco regulatorio sanitario, que marginaliza los quesos de leche cruda.

6.1.3.1 Las relaciones entre los productores y las autoridades sanitarias

Los productores de la Sierra de Jalmich no tuvieron relaciones con funcionarios de la SSA, por su aislamiento. Pero en general, todos los queseros mexicanos, formales o informales, están bajo la vigilancia de SSA y COFEPRIS, como ocurre para los productores de Ocosingo y de la Costa de Chiapas. Reciben visitas de funcionarios de los servicios de riesgos sanitarios del Instituto de Salud de Chiapas, comúnmente llamado "Salubridad", encargados entre otras cosas del control sanitario de los alimentos y bebidas. Realizan inspecciones en las queserías, cuya frecuencia es muy variable según la accesibilidad de la quesería, su tamaño y los eventuales problemas que han sido detectados anteriormente. Pero la forma de control más común es el análisis de muestras de productos recolectados en puntos de venta.

El 11% de los queseros entrevistados en Chiapas nunca han tenido ninguna visita u otras formas de contacto con Salubridad, mientras que el 89% ya han estado controlados. Algunas queserías reciben una visita de los funcionarios cada 3 meses, mientras que otros tienen una visita cada año o cada semestre. Los queseros mencionaron que a veces los intercambios con Salubridad podían brindar alguna orientación, aunque en general *"exigen mucho, y luego no te dicen como, ni te*

ayudan” (entrevista con un quesero, Tonalá, 2008). Calificaron en general sus relaciones con Salubridad de “buenas”, aunque sus exigencias (requerimiento en material, equipos, infraestructuras, pasteurización, etc.) no fueran siempre aplicables según los queseros, especialmente del punto de vista económico y tecnológico, y también para mantener la calidad específica del producto. Los productores están acostumbrados a esa interacción, y hasta la fecha Salubridad cerró pocas queserías, y tiene un margen de tolerancia suficiente grande; alternan periodos de presiones, y periodos más “tranquilos”. Se desarrolló un sistema de reglas “de facto”, implícitas e informales, que reemplazan las reglas “de jure”, inaplicables en el contexto actual.

El Instituto de Salud de Chiapas propone también cursos³³⁹ para los queseros y sus empleados, sobre diversos temas: pasteurización lenta; buenas prácticas de higiene y de manufactura, sensibilización a la brucelosis y los riesgos, etiquetado de quesos, ordeño higiénico, asesoría en evaluación de peligros (en planta), uso y consumo de sal yodada. En sus cursos y en los materiales de difusión, insiste en particular sobre el tema de la pasteurización, especialmente para quesos frescos, más sensibles. En esos documentos y presentaciones, se retoma de manera objetiva y estricta las regulaciones oficiales y la visión industrial. No hay contextualización en función del tipo de instalaciones, equipos, quesos, etc. de las queserías que participan al curso.

Parte de los queseros tienen una mala imagen de Salubridad: “*se llevan muestras, pero se los comen en el camino*”; “*te invitan a un curso, y luego te caen encima, para decir que van a cerrar tu quesería*” (entrevista con un quesero, Pijijiapan, 2008). Algunos productores denunciaron el hecho que unos funcionarios trataron de obtener dinero. De hecho, el 19% de los queseros dijeron que pagaban una cuota para obtener lo que llaman el “registro”, aunque desde años ya no se requiere ningún registro. Lo único que deben hacer es dar un aviso de funcionamiento en las oficinas de Salubridad; pero muchos siguen hablando de un “registro”, y poniéndolo en sus etiquetas (“quesería registrada por SSA”). Esa situación denota cierta confusión en cuanto a las obligaciones y derechos de los queseros. La información no es fácilmente disponible, ni siempre muy clara.

Según los queseros y los funcionarios de Salubridad, la presión es cada vez más fuerte sobre las queserías para implementar mejoras: equipos de acero inoxidable, pasteurización, etc. A un quesero que trabaja al lado de su casa, le impusieron poner un baño, requisito que parece más importante para las fábricas con empleados que para una quesería que trabaja 500L... Esa presión más fuerte evocada es vinculada con un evento ocurrido en el año 2003, cuando se detectaron en quesos tipo Cotija comercializados en Acapulco y en el Norte del país, problemas sanitarios al origen de

³³⁹ Impartidos por el líder del proyecto zoonosis-brucelosis, junto con el líder del proyecto de alimentos potencialmente peligrosos.

intoxicaciones alimentarias. Si después de acusar a los queseros de la Costa de Chiapas, se comprobó que el problema venía de queserías de Veracruz, la presión de Salubridad se intensificó: se cerraron temporalmente varias queserías, en particular en Tonalá. Sin embargo esa presión se acompañó también de una mejor relación, más sistemática, con más cursos, más contactos entre queseros y el Instituto de Salud de Chiapas. Esa presión se hizo sentir también en otras partes del estado, en particular en Ocosingo. Salubridad aprovechó de hecho el proceso de construcción de la MC del queso Bola para reforzar sus vínculos con los queseros, y tratar imponer su visión y sus exigencias. De la misma manera, empezó a integrarse en el proyecto de MC para el queso Crema, sobre todo con la idea lograr imponer la pasteurización.

6.1.3.2 Cuando un atributo de calidad se vuelve una herramienta de control: la pasteurización y el sector quesero en México

La pasteurización de la leche es una técnica que consiste en calentar la leche para eliminar las bacterias presentes. En cuanto a la producción de queso, se puede interpretar en términos de atributos de calidad, distinguiendo los quesos con leche pasteurizada y los quesos con leche cruda. La elección de pasteurizar o no la leche se puede analizar a través de diferentes dispositivos institucionales (normas, leyes) y cognitivos (representaciones). La pasteurización remite entonces a una definición de la calidad, asociado a diferentes dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos interdependientes. Se confrontan dos modelos de calidad, alrededor del atributo “pasteurizado” o “no pasteurizado”.

Como concepto sobre la calidad (entre otros posibles), la importancia del atributo “pasteurizado” resulta de un proceso de calificación que determinó la predominancia de ciertos atributos de calidad (calidad sanitaria), criterios de aceptabilidad (nulo o muy bajo contenido en microorganismos) y métodos de producción (la técnica de pasteurización). Este proceso no es ni totalmente objetivo, ni fortuito, e implica a varios actores y objetos: científicos (microbiólogos, instrumentos de medición), productivos (agroindustrias en particular y sus equipos, distribuidores, productores de leche), públicos (administración, políticos, normas), y los consumidores. Frente a la necesidad legal de asegurar la inocuidad del producto, la pasteurización ha sido una opción privilegiada por las grandes agroindustrias, en referencia al modelo de producción industrial: en condiciones de producción de masa y de relación de intercambio impersonal (con incertidumbre y asimetría de información en

cuanto a la calidad de la leche entregada por el productor), da cierta seguridad, tanto desde el punto de vista sanitario como tecnológico³⁴⁰.

En México, la decisión de elevar al atributo “pasteurizado” al rango de norma obligatoria (con la NOM-121-SSA1-1994) ha sido justificada por motivo de salud pública³⁴¹. Pero en muchos países, se autoriza la producción y comercialización de lácteos con leche cruda³⁴², sin que haya grandes problemas sanitarios. Por ejemplo, en Europa, se mantiene una producción significativa de quesos con leche cruda, especialmente en el ámbito de los quesos tradicionales. Las grandes industrias lácteas en México han apoyado la imposición de la pasteurización, e incluso quieren que sea reforzada y extendida (véase el proyecto de norma PROY-NOM-243-SSA1-2005, de SSA, 2008³⁴³).

³⁴⁰ Del Valle (2000: 62) escribió que *“una leche de buena calidad es más fácil de trabajar y da un mejor rendimiento”*. En la quesería, la pasteurización *“permite liberar a la leche de la flora inicial, que es mediocre, para reemplazarla por fermentos seleccionados; y en segundo lugar, retener las proteínas, que de otro modo se pierden con el suero; así, a partir de 68°C se hace flocular una parte creciente de albuminas y globulinas, lo cual posibilita esa retención (...) aunque en algunos quesos el sabor y la consistencia cambian”* (ibid: 74). Esto significa que las agroindustrias dan un papel primordial a la calidad de uso de la leche, en adecuación con una maximización del rendimiento quesero y una conservación larga, más que a otros atributos (organolépticos, nutricional, cultural, etc.). Aun para los quesos tradicionales, Del Valle (2000: 398) propuso concentrar los esfuerzos en una concepción similar de la calidad, al enfocar *“la selección, adaptación y hasta generación de conocimiento para mejorar la calidad de quesos tradicionales y sus empaques, de manera de mantener sus cualidades organolépticas, pero con mejores condiciones sanitarias, para incrementar su vida de anaquel, y así ser competitivos en los mercados nacional e internacional”*. Este ejemplo ilustra bien la predominancia de la visión industrial de la calidad de los quesos, aun cuando se trata de quesos tradicionales.

³⁴¹ El gobierno justificó su decisión por cuestiones cívicas (preservar la salud de los ciudadanos). Desde el punto de vista mercantil de las agroindustrias, se puede también interpretar esta decisión de otra manera: preservar la salud del consumidor, para que vuelva a consumir. Si los dos aspectos coincidan en este caso, no es siempre así. De hecho, cuando el riesgo sanitario de un alimento es a largo plazo (cáncer, etc.), la posibilidad de seguir vendiendo el producto conducen los productores a menos precaución (ver por ejemplo el caso del cigarro, pero también de los residuos de pesticidas en los productos, etc.). Eso muestra que la noción de calidad, aun de calidad sanitaria, nunca es totalmente objetiva. Su concepción varía en función de los conflictos de intereses y las relaciones de poder que la enmarca. Estudios sobre la aplicación de medidas sanitarias y fitosanitarias en el comercio internacional muestran ilustran también los aspectos políticos (intereses, poder, etc.) que se esconden a veces tras la cuestión sanitaria (Unnevehr, 2003; Knutson y Ochoa, 2007). Muestran que el argumento de la inocuidad puede ser a la vez una preocupación cívica legítima, o un instrumento de control del mercado.

³⁴² El Codex Alimentarius de la FAO reconoce la posibilidad producir quesos con leche cruda. La posición “radical” mexicana se asemeja a la de EE.UU., aunque incluso en EE.UU. se autoriza la producción y el consumo de quesos de leche cruda, con ciertas restricciones.

³⁴³ En septiembre del 2010, se promulgó la NOM-243-SSA1-2010 (vinculada con el proyecto de norma PROY-NOM-243-SSA1-2005), que al final tienen una postura bastante ambigua sobre la obligación de la pasteurización (véase en el marco de referencia, párrafo 3.6.2). Da la posibilidad de no pasteurizar *“la leche que se utilice para la elaboración de quesos que por las características de éstos no pueda ser sometida a tratamiento térmico”*. Esto no contradice nuestra demostración, al contrario la confirma: esa mención fue posible solamente porque hubo una oposición bastante fuerte de queseros, investigadores, políticos y del COFOCALEC para modificar el proyecto de norma, con la idea de defender los quesos tradicionales de leche cruda. Además, la norma obliga respetar ciertos criterios microbiológicos (definidos con referencias “industriales”; sin embargo plantea cierta tolerancia en cuanto a los mohos y levaduras para quesos madurados), y el respeto del sistema HACCP, ambos factores pudiendo ser obstáculos fuertes para los productores de quesos tradicionales. En fin, la definición que da la norma del término “quesos” sigue muy

El reconocimiento legal de un concepto de calidad propio a la quesería artesanal y tradicional está impedido por el rechazo de los conocimientos y prácticas, de los saberes técnicos y relacionales en los cual se apoyan. La pasteurización, y el modelo industrial, tienen un estatus de referencia “universal” y única. Esta situación refleja la jerarquización y la relación de poder entre los partidarios de cada modelo. Por su parte, los políticos se apropiaron el discurso científico sobre la inocuidad, pero de manera parcial y subjetiva, con el cabildeo de las industrias lácteas. Una reflexión de un ganadero ilustra, a su manera, cómo la calificación puede ser un instrumento de control y de poder: *“yo [productor de leche] creo que no existe la calidad. Pienso que son ellos [las agroindustrias] que buscan sus estrategias para bajar el precio cuando les conviene (...)”* (Rodríguez G., 1998b: 248). En este caso, la calidad es vista como una constriña, un costo, que no trae beneficio (puesto que el beneficio se queda a mano de los agroindustrias y distribuidores). Diferentes estudios sobre el manejo de la calidad en *“global value chains”* mostraron también como la calidad puede ser instrumentada para el control de una cadena productiva (Ponte y Gibbon, 2005; Muradian y Pelupessy, 2005).

El debate de la pasteurización importa también desde el punto de vista del consumidor. Sin embargo, sin poder apoyarnos en una encuesta confiable, se supone, por experiencia, que esta problemática es bastante confusa para el consumidor mexicano. Poco informado, escasamente organizado (no hay asociaciones de consumidores importantes), sus preocupaciones se centran más en la cuestión del precio y de la calidad organoléptica y de uso. A nivel de las preocupaciones sanitarias, se refiere más al lugar de compra (comprar productos empacados en un supermercado), que en saber si el queso es pasteurizado o no. Por sus características de sabor, existe ciertas preferencias para los quesos producidos en el sector informal, de leche cruda, aunque a menudo el consumidor no conozca esta característica y se refiera más al lugar de compra y al carácter “artesanal” del queso). Por lo tanto la cuestión de la confrontación entre dos modelos, acerca de la pasteurización, se hace sin realmente tomar en cuenta el punto de vista del consumidor, que más que todo sirve de pretexto en el debate. Pero ni siquiera el punto de vista de un gran parte de los productores de queso es tomado en cuenta, ya que están excluidos del debate público y del proceso de diseño de las normas. Es entonces difícil que se defiendan frente a una normativa que les pone en peligro.

industrial: *“productos elaborados de la cuajada de leche estandarizada y pasteurizada de vaca o de otras especies animales”*.

6.1.3.3 La obligación de la pasteurización: una amenaza para los quesos tradicionales

La pasteurización constituye casi una obsesión para los funcionarios³⁴⁴, en particular para la Secretaria de Salud y COFEPRIS (Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios). Sin negar la problemática de la inocuidad de la leche y de los quesos, es interesante descomponer los diferentes elementos del debate alrededor de la pasteurización. Concretamente, los datos de los controles realizados por la Secretaria de Salud concuerdan con estudios de Romero (2007) y González C. *et al.* (2007) sobre la situación preocupante de la calidad sanitaria de los quesos comercializados en Chiapas (Tabla 18). Sin embargo, no significa que la pasteurización sea la única y necesaria solución a ese problema. De un lado, la inocuidad no sólo remite a eliminar las bacterias de la materia prima; en efecto existen numerosos riesgos de contaminación post-pasteurización. El queso Crema, tal como se elabora en la Costa, se caracteriza por un “sistema de protección natural”, en particular por su pH muy bajo y por el salado. Análisis propios, realizados al azar sobre tres quesos de crema de leche cruda, no rebasaron los límites impuestos por las normas sobre la calidad sanitaria de los quesos³⁴⁵. Romero (2007) por su parte menciona que el queso elaborado con leche pasteurizada presenta la misma contaminación que los demás³⁴⁶. A menudo, los análisis realizados (por Salubridad o por académicos) no dan elementos de contextualización: lugar y condiciones de muestreo, representatividad, tipo de queso, tipo de quesería. Eso se constató también en el trabajo de Alcázar *et al.* (2006).

2003			2004			2005			2006			2007		
TOT	%FE	%DE	TOT	%FE	%DE	TOT	%FE	%DE	TOT	%FE	%DE	TOT	%FE	%DE
84	21	79	42	50	50	132	64	36	190	68	32	110	67	33

Tabla 18: número total de muestras realizadas (TOT) por el Instituto de Salud de Chiapas, en todo el estado, y proporción de muestras fuera de especificación (%FE) y dentro de especificación (%DE) (fuente: Instituto de Salud de Chiapas)

Los estudios de la UTS mostraron por su parte el carácter inocuo del queso Bola de Ocosingo. Sin generalizar esos estudios, se puede decir que por lo menos son tan parciales que los estudios mencionados arriba, y por lo tanto tan validos. Así, no se puede afirmar que los quesos tengan un problema por ser de leche cruda, sino que hay que considerar el conjunto de elementos que participan en el sistema de calidad sanitaria de un queso: condición de ordeña, condición de recolección de la leche, tamaño y tipo de quesería, tipo de quesos, etc. Se deben evitar las

³⁴⁴ Por ejemplo, el primer tema que abordó un funcionario de la Secretaria del Campo al preguntarle la situación de las queserías fue que “sólo dos queseros pasteurizan la leche en la zona”.

³⁴⁵ Coliformes ausentes. Mesófilos entre 8-490 y 726 666 UFC/g; o sea que son resultados buenos, adecuados con NOM-121.

³⁴⁶ Se puede mencionar también que durante una entrevista con funcionario del Instituto de Salud de Chiapas, se supo que en el caso del único quesero quien pasteurizaba la leche, se había detectado un problema de estafilococos. Esta situación ilustra que la pasteurización no resuelve todo.

conclusiones rápidas, que sean las que niegan los problemas, o las que reducen el problema a una simple cuestión de pasteurización.

En el caso del queso Cotija, varios estudios (del CIATEJ y de la UNAM en particular) demostraron la inocuidad de ese queso, gracias al tiempo de maduración, y la cantidad de sal utilizada. Al momento de elaborar las reglas de uso, la leche cruda se plasmó como una componente clave de las características del queso Cotija, tanto para las propiedades del producto como por la situación de las unidades de producción. El IMPI validó las reglas de uso para la MC del queso Cotija, aun que no correspondían a la NOM-121-SSA1. Pero en el marco del proyecto de NMX para este queso, COFEPRIS se opuso al otorgamiento de esa norma, dando lugar a una primera confrontación entre funcionarios, la PSJ y los productores de queso, y abriendo por primera vez un debate sobre la pasteurización.

En un primer tiempo, la PSJ había sustentado el uso de leche cruda, gracias a un pequeño alineado del reglamento de Control Sanitario (1999), que daba una puerta de salida en el cual podían apoyarse los defensores de los quesos tradicionales. Es así como se justificó esa obligación dentro del proyecto de la norma mexicana del queso Cotija madurado artesanal (proyecto NMX-735-COFOCALEC, 2009). Pero al publicar el proyecto de norma para su consulta, COFEPRIS se opuso a la norma, bajo el pretexto que el proyecto de NOM-243, que estaban en proceso de validación para reemplazar la NOM-121, iba también a derogar el reglamento mencionado. Pero gracias a un cabildeo político (Garibay, 2009), se logró que se modificó la norma, y dejar una mención ambigua, pero que da un pequeño margen de acción al queso Cotija y a otros quesos, mientras se realizan más estudios para comprobar su inocuidad y se trata de aplicar el método HACCP³⁴⁷ (SSA, 2010):

*“*6.1.5 *La leche, que se comercialice para su consumo humano o que se emplee como materia prima para la elaboración de productos lácteos debe cumplir con lo siguiente:*

(...)

**6.1.5.5 *Debe someterse a un tratamiento térmico con un tiempo y temperatura determinados que garantice su inocuidad, independientemente del uso que se le dé posteriormente. A excepción de la leche que se utilice para la elaboración de quesos que por las características de éstos no pueda ser sometida a tratamiento térmico, la cual debe cumplir con lo siguiente:*

**6.1.5.5.1 *Tener implementado un sistema HACCP para su proceso, conforme a lo establecido en el Apéndice A de la NOM-251-SSA1-2009, citada en el apartado de referencias.”*

³⁴⁷ Lo cual no será sin constrañas ni costos que podrían ser difíciles implementar por los productores de quesos tradicionales y artesanales.

Sin embargo, eso no resuelve la situación de los quesos artesanales y tradicionales, y falta replantear por completo una normatividad que va en contra de los intereses de esos quesos y de los sistemas productivos asociados.

A fin de cuentas, la regulación oficial, soportada en particular por la SSA, legitima una representación (preconcebida, y no siempre verificada) que asocia quesos artesanales y peligro para la salud pública, con una forma de producción ineficiente, que debe desaparecer en beneficio de la “modernización” y del “progreso”. Es esta visión que debe ser invertida para que los productos tradicionales encuentren un lugar en la sociedad moderna. Sin embargo, esto requiere bastante esfuerzos, ya que la pasteurización, como atributo de calidad, ha sido utilizada como un instrumento de control del sector quesero en México.

6.1.3.4 Algunos elementos para un replanteamiento de la normatividad

La problemática sanitaria es central en la cuestión de la valorización de los productos tradicionales. Como lo explicaron Schiavo y Champredonde (2008) para el caso argentino, la inadecuación entre los esquemas de regulación estándares y las condiciones y características de los productos tradicionales constituyen un freno mayor para su desempeño. Es legítimo preguntarse si se debe imponer las mismas normas para todos, y exigir a talleres artesanales lo mismo que a grandes agroindustrias. El nivel de riesgo es diferente, tanto cualitativa que cuantitativamente. Pero en lugar de abrir un debate objetivo y buscar un consenso, se prefirió prohibir oficialmente la leche cruda y en los hechos, dejar que los queseros hagan más o menos lo que quieren, porque no es posible (dada la importancia socioeconómica del sector informal) controlar y cerrar todas las queserías³⁴⁸. Esa situación ambigua es, según nuestro punto de vista, la mejor manera para que no se dé un progreso y que los comportamientos oportunistas menos deseables se mantengan. De un lado, la ausencia de normas específicas sobre los diferentes quesos, o su escasa aplicación, dan ventajas a los quesos adulterados frente a los genuinos. Por otro lado, si se aplica la normatividad tal como está, los quesos tradicionales desaparecerán: muchas queserías deberán cerrar, y cambiara la calidad de los quesos (cuya ventaja “diferenciativa” y calidad específica se relaciona en parte con el uso de leche cruda).

³⁴⁸ Con la idea implícita de que mientras se mantenga en un mercado nacional, en particular en el “mercado de los pobres”, no hay mayor problema. Los esfuerzos del Estado, como promotor y regulador, se enfocan principalmente en los mercados de exportación. Véase por ejemplo de la marca “México Calidad Suprema”, sello de calidad manejado por el gobierno y enfocado principalmente a garantizar la calidad de los productos agropecuarios destinados a la exportación. De hecho la expresión “calidad de exportación”, frecuentemente utilizadas por los políticos, periódicos o académicos, ilustra una distinción entre varios conceptos de calidad según el mercado enfocado.

Los quesos tradicionales necesitan una nueva normatividad para mantenerse. Primero porque son producidos en condiciones incompatibles con la normatividad vigente, pero sobre todo porque su calidad (entre otros por sus aspectos organolépticos) depende de procesos artesanales, y de conceptos sobre el manejo de la calidad ajenas a las normas actuales. En efecto, su producción incluye etapas destinadas a garantizar su inocuidad, como por ejemplo la acidificación de la cuajada, la adición de sal o la maduración. Al contrario la pasteurización representa para ellos un riesgo, ya que cambia y estandariza su calidad, y les quita así parte de su especificidad (y por lo tanto de su potencial competitivo diferenciativo). Es también un riesgo para el mantenimiento de las pequeñas queserías, por el costo de inversión y mantenimiento que implica³⁴⁹, especialmente en las regiones más marginadas (con escaso acceso a la electricidad y el agua), y las nuevas competencias y mano de obra necesaria. Sin excluir por completo esa vía, no debe ser considerada como la única y mejor solución, sino que debe contemplarse dentro de un abanico de soluciones variadas, que incluyen también las otras opciones tecnológicas y organizativas (puesto que la calidad sanitaria no puede manejar en un solo eslabón, las queserías por ejemplo, sino que debe incluir toda la cadena, del productor primario al consumidor).

Existen varias alternativas para manejar el riesgo sanitario en los quesos, alternativas desarrolladas a lo largo de la historia y vigentes en muchas partes del mundo. Empíricamente, se elaboraron procedimientos asentados en una lógica de domesticación de los procesos microbiológicos. Así, se logra manejar la micro flora propia de la leche para que a la vez confiera su tipicidad al producto (definiendo sus características organolépticas) y su inocuidad (desarrollo de la flora láctica que frena el desarrollo de microbios patógenos). Existen otros procesos físico-químicos que permiten garantizar la inocuidad del queso: añejamiento superior a dos meses, acidificación intensa de la cuajada, cantidad de sal. A raíz de trabajos científicos, también se ha trabajado sobre la activación del sistema de la lactoperoxidasa (FAO-OMS, 2005; Codex Alimentarius, 1991), técnica accesible para los pequeños productores de leche y queso, adecuada para las zonas tropicales (buena conservación de la leche durante 4-7 horas, con temperaturas de hasta 31-35°), y que *a priori* no afectaría la calidad de los quesos³⁵⁰. Y por supuesto no hay que olvidar el “buen sentido” y las medidas preventivas que permiten garantizar la inocuidad: un ganado sano (en particular libre de

³⁴⁹ Según un quesero que practica la pasteurización lenta en la Costa, estima el costo a 0.09 pesos/L de leche. Dado el bajo nivel de utilidad por litro, eso representaría un golpe importante a la economía de las queserías, representando más del 20% de la utilidad promedio. Para una pasteurizadora, la inversión es de unos 380,000 pesos para una capacidad de 300L/hora, y 1,500,000 pesos para una capacidad de 2000L/hora.

³⁵⁰ Aunque hubiera que estudiar cuidadosamente la consecuencia de su aplicación en la calidad, en particular organoléptica, para cada tipo de queso.

tuberculosis y brucelosis³⁵¹), prácticas de ordeña higiénicas, tiempo y condiciones de transporte de la leche³⁵², condiciones de empaquetado y envasado de los productos, conservación y comercialización, etc. Así existen muchas opciones tecnológicas, que sin embargo no son contempladas por la ley, ni siquiera debatidas.

El reto consiste entonces encontrar el consenso entre especificidad e inocuidad. El caso del queso Cotija demostró en parte que, al contrario de lo que afirman muchos funcionarios y académicos³⁵³, no es imposible para los quesos mexicanos encontrar tal consenso, y sobrepasar un planteamiento maniqueo del “bien y del mal”³⁵⁴. Para lograrlo, es necesario analizar y plantear desde un principio las condiciones propias del sector quesero tradicional y artesanal, en sus diferentes expresiones regionales. En fin, no se debe olvidar de que se trata también de un asunto político y no solamente algo que puede esconderse tras la supuesta objetividad de análisis únicamente técnicos o científicos. Por lo tanto, es también sobre la escena mediática y política que debe darse el debate. La iniciativa de una carta abierta para denunciar la el proyecto de la NOM-243-SSA, reuniendo las firmas de queseros individuales y asociados, académicos, productores de leche, iba en ese sentido (La Jornada del Campo, n°29, 13 de febrero de 2010). Pero para perdurar y tener peso, esa iniciativa, como otras del mismo tipo, debería organizarse y tomar cuerpo en acciones más formales y definidas.

En efecto, el camino es arduo, y bastante incierto. Tras más de 10 años de proceso de calificación, de luchas contra la inercia y los limitantes de un marco legal inadaptado, el queso Cotija ha logrado avances significativos, que sirvieron de ejemplo para otros quesos. Pero el proceso no es acabado. La calificación de los quesos tradicionales mexicanos requiere levantar barreras externas, que representan ciertas reglas “constitucionales” y de “elección colectiva” (Ostrom, 1990), por diferentes acciones colectivas. Pero requieren también de una capacidad de acciones colectivas para construir a nivel local un consenso alrededor de nuevas reglas operacionales, a través de la construcción de una indicación geográfica. Es entonces ahora a la conformación y la dinámica de las arenas sociopolíticas de calificación que vamos ahora analizar.

³⁵¹ Empezando por la aplicación por los organismos públicos responsables del programa de erradicación de brucelosis y tuberculosis. Son parcialmente aplicados, a pesar de las leyes y normas.

³⁵² En ese punto es importante hacer énfasis sobre la diferencia entre una leche transformada directamente por el ganadero y una que pasa por un recolector y/o un quesero antes de ser transformada

³⁵³ Es frecuente escuchar personas que dicen que “en México no es posible”, que “con los mexicanos no se puede”, que “en Europa si pero aquí no”, etc. Esa actitud pesimista prevale mucho, a tal punto que se ha vuelto casi una rutina de pensamiento. Esconde la falta de confianza en los procesos locales, en lo mexicano; y la correspondiente admiración por lo que viene de afuera. Es lo que popularmente se conoce como el “malinchismo”.

³⁵⁴ Ver por ejemplo un video accesible en el sitio de COFEPRIS que asocia los quesos de leche cruda con quesos malos, casi por esencia: http://www.cofepris.gob.mx/wb/cfp/compra_quesos

6.2 Calificación y patrimonialización de los quesos mexicanos: una construcción colectiva, entre complementariedad y confrontación

Tras haber visto las barreras externas que limitan la pretensión de los quesos tradicionales a ser reconocidos y valorizados a través de indicaciones geográficas, es preciso interesarse ahora a la dinámica interna de las arenas sociopolíticas constituidas en relación con los procesos de calificación, presentados en el capítulo 5. Se destacará en particular los retos vinculados a una construcción colectiva, entre inclusión y exclusión, consenso y conflicto, para establecer las modalidades de manejo y uso del producto calificado por una IG, considerado como un bien colectivo. Para ese fin, se aplicará a los procesos de calificación estudiados el esquema analítico desarrollado en el marco teórico, desde una perspectiva comparativa. Se analizará entonces consecutivamente las situaciones previas, el inicio de los procesos y los actores implicados, el proceso mismo de construcción de la IG (caracterizado por la confrontación, complementariedad, oposición, y al final la formación de un consenso) y las reglas operacionales y de elección colectiva resultantes.

Se terminará por una reflexión sobre la interacción entre dinámicas internas y externas; en un contexto desfavorable (para IG y para artesanal), con productores, caracterizados a menudo por un bajo capital humano y social, poco acostumbrados a la acción colectiva (formal), etc., y con escasa experiencia de los diferentes actores en manejar procesos de construcción de una IG; es interesante porque esa inexperiencia hace más fácil identificar las estrategias, que no se esconden tras discursos ya establecidos e institucionalizados.

6.2.1 Situación previa a los procesos de calificación

Cada queso y cada sistema productivo local (o Sial) tiene una historia y características propias. De un lado, se tratan de productos muy diferentes: grado de maduración, especificidades organolépticas, tamaño, forma, presentación, antigüedad. Además, los sistemas productivos locales divergen por su inserción en el mercado, los saberes y procesos tecnológicos movilizados, la organización de la cadena, su trayectoria histórica, etc. Sin embargo, también comparten problemáticas comunes, por ejemplo la confrontación con un marco regulatorio y administrativo en contradicción con el sector de los quesos tradicionales y artesanales.

La cuestión de la usurpación de una denominación quesera y de la competencia entre productos genuinos y adulterados es de hecho planteada en los diferentes casos, aunque de manera diferente. Así, el queso tipo Cotija se difundió rápidamente a partir de la segunda mitad del siglo XX. Que sea en su versión artesanal o industrial, ocultó el queso Cotija original, cuya producción se mantuvo solamente en la Sierra de Jalmich, región aislada y marginada donde se mantuvo un sistema

productivo tradicional. El tipo Cotija se volvió así uno de los quesos más producidos y consumidos a nivel nacional, acaparando el lugar del queso Cotija en el mercado. A pesar de su calidad específica, y a menudo superior, el queso Cotija se vendía al mismo precio que cualquier otro queso, y estaba en proceso de desaparición, mientras los productores dejaban la producción de leche, y emigraban de la Sierra. Fue frente a esa situación de abandono de un producto, pero también de un sistema productivo y de un modo de vida peculiar, propios a la sociedad ranchera de la Sierra de Jalmich, que se planteó el proyecto de IG.

En el caso del queso Bola y del queso Crema, la situación era diferente. Tratándose de quesos producidos y comercializados en un mercado principalmente local y regional, no despertaron tanto interés, por lo menos hasta recientemente. El queso Bola de Ocosingo, producido en unas pocas queserías de esa ciudad, empezaba a ser cada vez más conocido y comercializado, sobre todo en Chiapas y en Tabasco. Algunos queseros, fuera de Ocosingo, empezaron entonces a aprovechar esa fama creciente para producir y comercializar quesos Bola, algunos utilizando incluso de manera desleal la mención queso “Bola de Ocosingo”. Por su parte, desde la década de 1990, el queso Crema de Chiapas empezaba a ser imitado por quesos, genuinos o adulterados, provenientes de otras regiones y usurpando el origen chiapaneco (que mencionan en la etiqueta) en los mercados regionales (Oaxaca, y Veracruz), y también nacionales. Pero también se desarrollaba una competencia entre los productores chiapanecos, con el “queso seco” (con requesón) o quesos adulterados que aprovechaban la reputación y la fama de los quesos chiapanecos (en particular de la Costa) por su calidad específica y auténtica. Frente a la usurpación del origen, y para aprovechar las oportunidades de desarrollo del mercado del queso Crema de Chiapas, se planteó la alternativa de crear una marca colectiva del queso Crema Chiapas, al igual que para el queso Bola de Ocosingo.

Así, a pesar de trayectorias diferentes, se encuentran algunos puntos comunes en la situación previa (lo que Ostrom, 1990, llamó el “*statu quo*”) que enfrentaban de los tres quesos analizados. En efecto, la ausencia de regulación en cuanto al uso de las denominaciones queseras, y las prácticas de adulteración, tendían a crear una competencia desleal y a marginalizarlos, de manera más o menos crítica, de sus mercados. Sin embargo, sería falso de decir que no hay ningunas reglas. No se debe caer en la trampa de reducir lo informal a una ausencia total de coordinación o de regulación. Si no hay regulaciones a nivel oficial o formal, existen sin embargo modalidades locales de regulación³⁵⁵. Para el queso Cotija, los acopiadores de quesos tenían una gran experiencia del queso, que les

³⁵⁵ Por ejemplo, en el caso del queso Chipilo, la calificación del producto pasa por el lugar de venta y el vendedor (Chipilo; o tienda de una persona de Chipilo en Puebla). Siendo un mercado y una producción muy local, la calificación se hace a través de convenciones domésticas, que son a ese nivel suficientes para asegurar la diferenciación y valorización del producto local.

permitía reconocer el “buen” queso, que podía pretender a un precio ligeramente mejor. Su acción de intermediarios, aunque desfavorable para los rancheros en términos de precios, aseguraban por lo menos cierto vínculo entre el productor y el consumidor en búsqueda del queso Cotija genuino. En Ocosingo, los queseros lograron, a través de la comercialización directa en sus propias tiendas, o vía amigos o familiares, valorizar sus producciones, al transmitir al momento de la venta del queso ciertos conocimientos y saber-apreciar sobre el queso (lo cual es característica de una convención doméstica). Dependen menos de los intermediarios que otros productores de queso. El queso Crema de la Costa Chiapas (además del la estrategia de venta directa utilizada por algunos pocos queseros) se apoyó sobre todo en una red informal de comerciantes y consumidores conocedores, que valorizan el queso Crema por sus características particulares. El sistema de empaque y etiquetado de los quesos favoreció esos mecanismos locales, aunque no impidió las imitaciones y copias. De hecho, esas diferentes formas de regulación no eran suficientes, frente a las amenazas más o menos fuertes y efectivas de la competencia interna y externa.

En particular, cuando la distancia física y cognitiva entre productores y consumidores crece, las formas de regulación domésticas de cara a cara pueden revelarse insuficientes. Cuando se amplía el mercado y la fama de un producto tradicional, aparecen nuevas formas de competencia. De esta manera, en el caso de muchos quesos tradicionales mexicanos, se dieron o se están dando procesos de “descalificación”, caracterizados por una desincorporación de los recursos territoriales que especifican la calidad de esos productos, quedando a lo mejor una fama aprovechable mercantilmente. En esas circunstancias, los quesos tienden a volverse genéricos, con el riesgo de desapropiación de esos productos patrimoniales, y consecuentemente la pérdida de actividades económicas, a menudo claves en las economías locales. Frente a tal fenómeno, se planteó encontrar nuevas modalidades para el uso y manejo de recursos territoriales claves (saber-hacer, saberes relacionales, reputación, etc.), a través de la construcción de una forma de regulación, una nueva convención de calidad, de tipo indicación geográfica (incluyendo la exclusividad de una denominación y reglas de uso sobre los recursos incorporados), vista como una forma de reapropiación y (re)valorización de los quesos tradicionales.

6.2.2 Conformación de las arenas para la construcción de las IG

Se presenta a continuación la conformación de cada arena para la construcción de las IG y los principales actores implicados, con sus intereses y objetivos, su posición en relación a la IG, y los recursos estratégicos³⁵⁶ de los cuales disponen. Los actores principales son los que participan directamente en el diseño de las reglas operacionales vinculadas a la IG (área delimita y reglas de

³⁵⁶ Se trata nada más de los recursos que cuentan, o pueden contar, dentro de la construcción de la IG.

uso). Por contraste, los actores “secundarios” son los que no intervienen directamente en el diseño de esas reglas, pero participan de manera más o menos significativa en el proceso de calificación, a través de la influencia e interacciones que tienen con los actores principales. Tras presentar cada caso, se hará un análisis de los puntos comunes y de las diferencias que tienen, para alimentar reflexiones teóricas y empíricas.

6.2.2.1 Queso Cotija

Constatando que el “queso Cotija se nos iba de las manos”, dos investigadores, especializado uno en estudios rurales y otro en tecnología láctea, junto con un promotor cultural (formando el grupo que llamamos los 3 asesores, o “3A”), vieron con la obtención de una denominación de origen como una oportunidad para revertir esa tendencia, y crear condiciones favorables para activar una trayectoria de desarrollo local basada en la valorización del patrimonio cultural y natural de la Sierra de Jalmich. Es de esta manera que inició el proceso de calificación del queso Cotija en los años 1999-2000. El proyecto interesó a un grupo primero restringido y luego (tras los primeros logros) mayor de productores de queso Cotija, frente a un “*statu quo*” bastante desfavorable para ellos. Se organizaron entonces en una sociedad, la ARPQC, asesorados y acompañados por las 3A. Luego se formó la PSJ, juntando a los 3A, los productores y otros actores, pero en realidad manejada casi exclusivamente por los 3A. Los principales actores implicados en el proceso de construcción de la IG para el queso Cotija fueron:

- Los rancheros, a la vez productores de leche y queso. Unos 90 productores (de unos 200 que cuenta la Sierra de Jalmich) se agruparon en la ARPQC, en el marco del proyecto lanzado por los 3A;
- Los 3 asesores, a la vez iniciadores y animadores del proyecto de IG, integrados en la PSJ. Trataron también de asegurar la coordinación entre los diferentes actores;
- El IMPI, como representante del Estado, en cargo de la atribución de las DO y MC. Se descompone entre la oficina regional (en Guadalajara en ese caso), con un papel de acompañamiento, y la oficina central de México, donde realmente se toman las decisiones.

Los demás actores de la cadena, en particular los actores de la comercialización (los acopiadores de queso Cotija) no tomaron parte a la construcción de la IG; pues uno de los planteamientos iniciales era que constituían parte del problema, al descalificar el producto y ofrecer a los productores precios demasiado bajos. Se pensaba entonces hacer emerger un nuevo mercado para el queso Cotija “*recalificado*”. Se podría mencionar también al conjunto de actores secundarios que participaron de diferentes maneras al proceso de calificación: académicos, consultores,

colectividades territoriales y políticas, exportadores, ONG, etc. La mayoría de esos actores no tuvieron una acción continua, por ser representantes políticos elegidos por un periodo de tiempo, o por el carácter puntual o incluso oportunista de su acción o de sus intereses en torno a la calificación del queso Cotija. Algunos de ellos fueron movilizados por los actores principales como recursos, en función de lo que podían aportar (conocimientos, apoyo político y financiero,...). Otros participaron de manera más independiente en la arena del proceso de calificación, directa o indirectamente. Sin embargo, su participación fue discontinua, y no intervinieron directamente en la construcción de la IG en sí. Parece importante primero definir los principales actores en función de sus intereses, objetivos, posiciones y recursos estratégicos (sin olvidar, como se vio en el marco teórico, que todos esos elementos pueden evolucionar en el transcurso del proceso, lo cual se analizará más adelante), retomando elementos del análisis del marco teórico (Tabla 19). Se analizarán después estos elementos “en acción”.

Actores	Intereses / objetivos principales (que articulan sus acciones)	Posición en relación con la IG	Recursos (R.) estratégicos principales (financieros, redes, etc.)
IMPI	Regulación de los intercambios y de la competencia. Aplicación de las reglas del “mercado libre”.	Opositor: siendo la denominación « Cotija” utilizada por otros queseros, se estima que no se debe favorecer a un grupo de productores; se debe dejar actuar el mercado.	R. políticos : poder de decisión Redes más fuertes con intereses opuestos a la DO Cotija (grandes AIQ, estados productores de tipo Cotija)
Los 3A	Desarrollo territorial y preservación y valorización del patrimonio local. Voluntad de vincular su acción como académicos o ciudadanos con una acción de desarrollo.	Líderes: la IG debe activar una trayectoria de desarrollo local, combinando mejoras socioeconómicas y preservación del patrimonio natural y cultural; a través diversas innovaciones técnicas, organizacionales e institucionales	R. cognitivos: vínculos con el mundo de la I&D nacional e internacional. R. políticos: a nivel local (inestable) y estatal (Michoacán en particular, con mayor estabilidad). R. financieros: programas y proyectos de investigación permiten financiar diferentes acciones.
Los rancheros (ARPOC)	Entre lógica doméstica estricta (preservar la tradición) y <i>proprietary</i> (exclusividad denominación), profesional (modernizarse) e intereses mercantiles (precios, mercados)	Seguidores (pasivos) (primera etapa): siguiendo los 3A; la IG como una oportunidad de mercado, y una manera de preservar la tradición/modo de vida ranchero. Tras la obtención de la MC aparecen disensiones, y se juntan con otros actores, que también plantean buscar la DO (sin acciones concretas) y retomar el liderazgo.	Pocos recursos estratégicos en el marco del proyecto: desconocimiento del marco legal, falta de redes políticas “útiles”, baja capacidad de inversión. Cuota de 500 pesos. En la segunda fase, vínculos con los municipios para elaborar nuevo proyecto (fuera ámbito).

Tabla 19: Los principales actores de la construcción de la IG del queso Cotija

La meta principal de la IG (la DO y luego la MC) para el queso Cotija era, para sus defensores, la legitimación de los rancheros de la Sierra de Jalmich como los únicos productores de queso Cotija

genuino, y su diferenciación con productores de queso tipo Cotija. Se trataba entonces de definir quién podía utilizar la denominación quesera “Cotija”, y en cuales condiciones.

6.2.2.2 Queso Bola de Ocosingo

El inicio del proceso de calificación del queso Bola de Ocosingo no ha sido tan claramente identificado. Este queso había atraído la atención de productores, notables locales y académicos por sus características casi únicas en el ámbito de la quesería mexicana (y aun mundial). Pero fue realmente con la iniciativa de la Secretaria del Campo (SDC) del estado de Chiapas que se constituyó la arena del proceso de calificación, en el año 2004. Dentro de su política de promoción de los productos artesanales y tradicionales chiapanecos, la SDC vio en el queso Bola de Ocosingo la oportunidad de desarrollar una nueva modalidad de valorización poco utilizada, con la figura de denominación de origen. Tomando como ejemplo la iniciativa del queso Cotija, decidió lanzar un proyecto para solicitar una DO para un producto muy típico de Chiapas. Se puso en contacto con los productores de queso de Ocosingo, quienes respondieron positivamente a ese proyecto, planteado desde la perspectiva de una ampliación del mercado (“exportación”), con mejores precios. A la diferencia de otras cuencas queseras, los queseros de Ocosingo no enfrentaban problemas económicos fuertes, su mayor problema siendo en realidad sobre todo la escasez de leche. Sin embargo, algunos vieron ese proyecto como una buena oportunidad, especialmente para protegerse contra la incipiente usurpación de la fama del queso Bola de Ocosingo. Se organizaron entonces en un grupo formal, la SAIQO. Los principales actores del proceso de calificación del queso Bola de Ocosingo han sido entonces:

- Los productores de queso Bola de Ocosingo, a través de la SAIQO. La SAIQO incluía 10 socios en el 2009, pero solamente 3 de ellos eran propiamente queseros (de un total de por lo menos 8 productores de queso Bola de Ocosingo), los demás siendo sus familiares. Al principio participaron un total de 6 queseros, pero se excluyeron dos y uno murió;
- La SDC, a través de su oficina regional y la subsecretaria de comercialización de Tuxtla;
- El IMPI.

Por otra parte, la Universidad Tecnológica de la Selva (UTS) apoyó a los productores con una serie de estudios de caracterización del producto, acompañando el proceso de calificación de manera significativa, aunque no participó directamente en la elaboración de la IG y no tomó decisiones. El Instituto de Salud de Chiapas (Salubridad) también tuvo un papel significativo en el proceso de calificación, aunque tampoco intervino directamente en la construcción de la IG, sino más bien en las márgenes. Las autoridades municipales ocosinguenses acompañaron ese proceso, a través de

diferentes acciones: organización de la feria del queso y otros eventos, promoción del queso. En la Tabla 20 se presentan los principales actores del proceso y algunas de sus características.

Actores	Intereses / objetivos principales (que articulan sus acciones)	Posición en relación con la IG	Recursos (R.) estratégicos principales (financieros, redes, etc.)
IMPI	Regulación de los intercambios y de la competencia. Aplicación de las reglas del “mercado libre”.	Opositor en cuanto a la DO: no es adaptada para los productores artesanales. De acuerdo con una MC. Dando algunos consejos (sobre elaboración de reglas de uso, etc.)	R. políticos : poder de decisión
La SDC	Regulación de los intercambios y de la competencia a favor de un desarrollo empresarial de las queserías chiapanecas. Valorización de la acción del gobierno en cuanto a los productos tradicionales chiapanecos.	Líder: el objetivo es obtener la MC rápidamente, apoyar los productores para hacer una quesería colectiva y dejarlos manejarse. Elaboración de las reglas de uso	R. cognitivos: vínculos con otras administraciones: IMPI, Salubridad. Redes Políticas favorable a la obtención del apoyo de otros organismos. R. financieros: capacidad de financiamiento elevada.
Los productores (SAIQO)	Entre lógica doméstica estricta (como “herederos legítimos”) y “ <i>proprietary</i> ” (exclusividad marca comercial); intereses mercantiles (precios, mercados)	Seguidores activos: siguieron los pasos definidos por la SDC y otros organismos; sin oponerse. Participaron en la redacción de las reglas de uso. Manejaron de manera interna las disensiones entre productores.	R. financieros: capacidad inversión en una quesería colectiva; cuota elevada de la SAIQO (25 000 pesos). R. humanos: experiencias y capacidad de gestión empresarial y comercial (por lo menos en el mercado local)

Tabla 20: Los principales actores de la construcción de la IG del queso Bola de Ocosingo

Si la idea original era solicitar una DO, se registró en lugar una MC, tras las recomendaciones del IMPI. Esto no generó oposición por parte de la SDC ni de los productores, que veían la MC como una herramienta compatible con la meta planteada de expandir el mercado del queso Bola de Ocosingo. Se pensaba también que la MC protegería la denominación queso bola de Ocosingo de uso desleales.

6.2.2.3 Queso Crema de Chiapas

La iniciativa de la obtención de una IG para el queso Crema de Chiapas encuentra su origen en un proyecto de la SDC. Tras haber logrado la construcción de la MC del queso Bola, considerado por la SDC como un éxito, se pensó “aplicar la misma receta” a otras producciones, y se eligió el queso Crema, por ser además producido en todo el estado. También se trató lanzar un proyecto similar con otros productos (jocote). Los productores de queso Crema se animaron, y se constituyó en el 2008 un grupo primero informal y luego formal de queseros, llamado “Procesadores de Queso Chiapas” (PQC). Así, como en otros casos, los actores principales de la construcción de la IG fueron:

- Los productores de queso Crema, organizados en la sociedad rural “PQC”, la cual agrupa a unos 45 productores. No se conoce el número total de productores de queso Crema en Chiapas, pero se sabe que hay más de 600 queserías en el estado. En la Costa, se estima que hay unos 150 productores de queso Crema, de los cuales solamente 13 están en la organización. En Ocosingo, son 8 participantes de los 20 productores.
- La SDC, a través de sus representaciones regionales y de la subsecretaría de comercialización de Tuxtla;
- El IMPI.

El Instituto de Salud de Chiapas se implicó en el proceso, siguiendo lo que pasaba y aconsejando a los productores sobre cuestiones sanitarias. Desde el principio del proceso, el representante de Salubridad participó de manera bastante activa en las reuniones del grupo para la MC, por lo cual su acción podría ser más decisiva en la construcción de la MC. La UTS participó en el proceso como asesor sobre cuestiones técnicas, pero de manera menos importante que para el queso Bola. Luego entró un nuevo actor académico, a partir del año 2009, a través del grupo de investigadores de la universidad Chapingo. No es posible decir si la acción de esos actores será directa o indirecta en la construcción de la IG, pues todavía está en proceso. En la Tabla 21 se presentan los principales actores del proceso y algunas de sus características, tal que eran al principio del proceso.

Actores	Intereses / objetivos principales (que articulan sus acciones)	Posición en relación con la IG	Recursos (R.) estratégicos principales (financieros, redes, etc.)
IMPI	Regulación de los intercambios y de la competencia. Aplicación de las reglas del “mercado libre”.	De acuerdo con una MC (<i>a priori</i> innominada). Dando unos consejos (elaboración de reglas de uso, etc.)	R. políticos: poder de decisión sobre inclusión / exclusión
La SDC	Regulación de los intercambios y de la competencia a favor de un desarrollo empresarial de las queserías chiapanecas. Valorización de la acción del gobierno en cuanto a los productos tradicionales chiapanecos.	Líder: la idea es obtener la MC lo más rápidamente.	R. cognitivos: vínculos con otras administraciones: IMPI, Salubridad. Redes Políticas: favorable a la obtención del apoyo de otros organismos. R. financieros: capacidad de financiamiento elevada.
Los productores (PQC)	Entre lógica doméstica estricta (preservar patrimonio) y “ <i>proprietary</i> ” (proteger contra pirateo); intereses mercantiles (precios, mercados);	Seguidores activos: tras seguir los pasos definidos por la SDC y otros organismos, los queseros empezaron a construir su propia manera de considerar el proceso (en particular reclamando más tiempo, “sin prisa”), conformándose como colíderes.	R. financieros: capacidad de inversión variable según queseros. Pero se plantea una pequeña cuota (300 pesos). R. humanos: experiencias y capacidad de gestión empresarial y comercial (por lo menos en el mercado local, pero también nacional)

Tabla 21: Los principales actores de la construcción de la IG del queso Crema de Chiapas

La SDC y el grupo de queseros se dieron como meta solicitar una IG bajo la forma de una marca colectiva; considerando que era de toda manera un paso previo a una eventual solicitud de DO, como lo recomienda el IMPI. Se puede constatar cierta filiación entre ese proceso y los dos casos previos analizados.

6.2.2.4 Enseñanzas generales

Es posible hacer algunas constataciones en cuanto a la conformación de las arenas dedicadas a la construcción de una IG. Primero estas iniciativas no aparecen de la nada, sino que son el resultado de la circulación de conocimientos, ideologías e instrumentos para la acción a través de diversos canales. En el caso de Cotija, es a través de una sensibilización más o menos directa de los 3 asesores con el enfoque de IG tal que se desarrolló en Europa (y en particular en Francia) que se establece la idea de utilizar las IG para valorizar los quesos mexicanos. Después, esa idea se difundió vía otros canales³⁵⁷, motivando otros proyectos de la misma naturaleza (con el queso Bola y el queso Crema, pero también con el queso de Poro); pero no necesariamente se acompañó de la difusión de las ideologías y visiones originales. Es así como germinó una iniciativa similar en Chiapas, conducida por una entidad del gobierno estatal, pero con planteamientos iniciales diferentes en comparación al caso del queso Cotija.

En ningún caso la iniciativa del proceso fue tomada por los productores³⁵⁸. En efecto, se debió a un grupo de académicos en el caso del Cotija, y a la administración estatal en los casos chiapanecos. Los dos tipos de actores iniciadores de los procesos (gobierno y asesores) se volvieron después parte de los actores principales de la construcción de la IG (es decir implicados directamente en la toma de decisión)³⁵⁹. Incluso se volvieron líderes, es decir que son los que definen las orientaciones y modalidades de la construcción de la IG, el camino a seguir.

Hay dos tipos actores principales que son lógicamente comunes en los tres casos. Primero, el IMPI es el actor que acompaña la construcción de una IG, y sobre todo detiene el poder decisión final de su atribución, y del tipo de figura (MC o DO). Su posición se caracteriza por una oposición a la atribución de DO, orientando a los productores hacia una MC, (aun cuando se insistía por una DO). Eso corrobora el análisis anterior sobre la visión y la postura del IMPI frente a productores

³⁵⁷ En particular a través del “ruido” que se hizo en la prensa o por eventos o publicaciones académicos sobre el caso del queso Cotija.

³⁵⁸ En el caso del queso de poro de Balancán, parece que la iniciativa había sido tomada en conjunto por los productores y sus asesores, a raíz del ejemplo del queso Cotija (comunicación personal de A. Villegas, enero de 2009).

³⁵⁹ Esos dos tipos no son siempre presentes como actores principales; pueden ser también actores secundarios. Por ejemplo, el gobierno estatal de Michoacán es un actor secundario en el caso del Cotija; y los académicos son actores secundarios en los demás casos.

artesanales. El otro tipo de actores siempre presente es obviamente los productores de queso; o más bien los productores agrupados en una organización formal, constituida específicamente para la IG. Los demás productores (fuera de la organización) son excluidos del proceso, exclusión que es más o menos voluntaria, efectiva y definitiva según los casos, como se verá más adelante.

Que los productores no sean los iniciadores conduce a interrogarse sobre la legitimidad de esas alternativas en cuanto a las realidades y necesidades locales. Pueden en efecto verse como proyectos manejados por actores externos, con motivaciones ajenas a los sistemas productos locales³⁶⁰. Sin embargo, el hecho de que hayan encontrado un interés, aun minoritario, por parte de productores significa *a priori* que aportan respuestas a parte de sus problemas. Además es común ver acciones colectivas activadas por un solo actor, aun externo al principio. Es lo que constataron Maressotti (2000) y Barjolle y Sylvander (2002), analizando las IG en Europa. Queda entonces ver si los productores pueden después apropiarse del proceso, y en cuales condiciones. Es decir si se vuelven colíderes, o por lo menos seguidores activos, lo cual depende en particular de su dotación en recursos estratégicos.

Los recursos estratégicos (son estratégicos en el marco de la construcción de la IG; no en absoluto) son repartidos de manera muy desigual entre los actores. De un lado, el IMPI detiene un poder de decisión, casi ilimitada, debido a la falta de procedimientos legales y supervisión externa. Los demás actores, en caso de tener una postura opuesta al IMPI, deben entonces apoyarse en redes políticas, que constituyen la forma más eficiente para cambiar la posición del IMPI, en tanto que es sometido directamente a las decisiones de los políticos. Eso da una ventaja particular a los organismos gubernamentales, naturalmente inscritos en tales redes, mientras que los productores o académicos (u otros asesores) deben formar o activar redes y alianzas estratégicas. A nivel cognitivo, sea del conocimiento del producto y del sistema productivo local, así como del funcionamiento de la administración y de la ley, los asesores (académicos) son los actores *a priori* mejor dotados, especialmente en cuanto a la producción y utilización de saberes de diferentes naturalezas. Aun en el caso de dependencias y organismos estatales o municipales, no se tiene a menudo un conocimiento profundo del marco legal de las IG, y menos del sistema productivo local. Por lo tanto, buscan con otros actores (académicos, u otros organismos, sea el IMPI o Salubridad) orientaciones y conocimientos.

Los productores son en general los que menos recursos estratégicos tienen, pues no conocen el marco legal, y no están (en los casos estudiados) posicionados en redes políticas que cuentan. Son

³⁶⁰ Haciendo eco a la oposición entre dinámicas de desarrollo endógeno y exógeno, planteada en el marco teórico.

obviamente los detentores de un conocimiento empírico de mayor importancia sobre sus productos y sistema productivos, pero les hace en general falta sistematizarlo y articularlo con la construcción de la IG. Además, tienen en general poco tiempo y dinero para involucrarse en el proceso (con todas las reuniones en diferentes ciudades, etc.), e invertir para pagar los estudios, el notario, los abogados, etc.; aunque la situación sea heterogénea, pues hay productores que pueden invertir más que otros. Los productores requieren a menudo un apoyo, en particular para realizar los estudios necesarios, a través de apoyos del gobierno o de programas de investigación financiados (cabe notar que no hay fondos públicos destinados específicamente al apoyo a la construcción de IG). Por lo tanto, no llevan solos esos procesos, sino que se apoyan sobre otros actores; lo cual de hecho se verifica también para las IG en otras partes del mundo (en particular en Europa). La construcción de una IG se apoya también en una coalición entre diferentes tipos de actores.

En los tres casos estudiados, es en el caso del queso Cotija que los productores han tenido la menor participación en el proceso. El primer presidente de la ARPQC fue el único que siguió realmente la construcción de la MC y participó directamente en el proceso (reuniones, etc.). Validó las reglas de uso, elaboradas por los 3A. Sin embargo, no se apropió totalmente del proceso, como por ejemplo de la cuestión de la MC y de la DO. En ese sentido, los productores de la ARPQC no constituyeron una fuerza de propuesta dentro del proceso de calificación, aunque su punto de vista haya sido tomado en cuenta. Tras la aparición de las tensiones con los 3A, los productores, encabezados por ese primer presidente y otros productores, buscaron el apoyo de otros actores (llevando al proyecto de Gran Alianza). Se retomó el proyecto de DO, pero sin formar una propuesta ni acciones concretas, por lo cual no se puede decir que los productores se hayan vuelto líderes, ni aun realmente activos. De hecho, fueron más bien otros actores externos que pretendieron retomar la posición de líder (con el apoyo de unos productores). En los demás casos, la postura de los queseros fue más activa, aunque siguieron los pasos indicados por la SDC y el IMPI. Sólo en el caso del queso Crema empezó a aparecer una divergencia por parte de los productores, aunque todavía no formaba una estrategia propia.

En fin, en cuanto a las motivaciones y posiciones de los actores, no dependen tanto del tipo de actor, pues pueden variar de un caso al otro, en particular para los productores. Sería entonces más adecuada, en lugar de una visión un poco estática, estudiar los procesos de construcción de IG en acción, para ver cómo cambian en el espacio y el tiempo las motivaciones, intereses, recursos y objetivos de los diferentes actores, y cómo interactúan entre ellos. Es lo que se plantea el párrafo siguiente.

6.2.3 Diferentes lógicas e intereses en interacción

Se presentan a continuación las interacciones y negociaciones entre los actores principales para la construcción de una IG, incluyendo también el papel que han tenido actores secundarios. Se destacan en particular las articulaciones, complementariedades y tensiones entre diferentes visiones e intereses, y como evolucionaron en la acción de la calificación territorial. Esos procesos de negociación remiten a la formación de un consenso, y son enmarcados por reglas constitucionales y de elección colectiva (las leyes y modalidades y procedimientos de construcción y atribución de las IG). El consenso logrado se expresa en la emergencia de nuevas reglas operacionales, institucionalizadas a través de la atribución de la IG: atribución de los derechos de uso de la denominación, reglas de uso y delimitación del área. No se volverá a insistir en la visión y posición del IMPI, ya analizada en párrafos anteriores, y que de hecho no varía mucho de un caso al otro. Aunque sea dentro de las arenas locales de construcción de las IG, su posición es de alguna manera algo casi invariable, contextual.

6.2.3.1 Queso Cotija

6.2.3.1.1 Primera etapa

Frente al rechazo del IMPI de otorgar una DO para el queso Cotija, la ARPQC solicitó una MC, difícilmente reconocida en el 2005, tras casi dos años de negociación entre el IMPI, la ARPQC y sobre todo la PSJ. El IMPI registró la MC “Queso Cotija Región de origen”, considerada por los productores y los 3A como una etapa preliminar a una DO. Así, la MC y sus reglas de uso se elaboraron como si fuera una DO. Al mismo tiempo, se entregó también en el 2004 una solicitud de DO, la cual fue rechazada por el IMPI. Así, ese proceso resultó en un consenso “confuso”, a través del cual el IMPI aceptó otorgar una MC con característica de IG (puesto que integra una denominación geográfica, con la mención “región de origen”), pero que no protege realmente la denominación.

El proceso de negociación para la MC, largo y arduo, implicó la realización de numerosas reuniones, en las oficinas del IMPI de Guadalajara y México, sin contar las reuniones previas para preparar esos encuentros. Fueron también necesarios diversos estudios para constituir el expediente solicitando la MC (y también el expediente para la DO, aunque fue rechazada) y las reglas de uso. Se movilizaron también abogados para hacer frente al poco ánimo del IMPI para acordar la MC³⁶¹. Fueron principalmente los 3A que sostuvieron el proceso, movilizando los recursos financieros de

³⁶¹ Dado que al mismo tiempo, actores de la cadena quesera y representantes políticos de algunos estados presionaban al IMPI para que no otorgue una DO o una MC que iba en contra de los intereses de los productores de queso tipo Cotija.

programas de investigación y activando sus redes políticas, en particular a nivel del gobierno michoacano, para presionar al IMPI.

La primera motivación de los productores de la ARPQC para participar al proceso fue la esperanza de conseguir mejorar su posición en el mercado, a partir de la valorización del queso tradicional que hacían desde siempre:

“(...) Pero muy antes había más queso, hace 40, 50 años. Empezó el problema cuando hubo fábricas grandes que hicieron imitaciones del queso Cotija, y lo dieron más barato. Aquí no cambió el producto, nunca cambió. Ahora queremos ver si con la marca [colectiva] se logra retomar el mercado”. (Entrevista con un quesero, Santa María del Oro, 2008)

“La marca colectiva es un sello que tiene el queso Cotija. Una vez lo mostró Patricia Chombo. La ventaja es que una persona con su queso sellado lo puede llevar en cualquier país, y garantizar que es verdadero. (...) Ya se consiguió la marca, falta que se verifique, que se cumple. (...) En todas partes hay queso Cotija, hasta en los Estados Unidos; y como tiene la fama, lo aprovechan. El sello es para protegerlo y que lo conocieran. Se han llevado un queso de 2 años a otro país, lo analizaron y todo, y sacó el primer lugar.” (Entrevista con un quesero, Jilotlán, 2008)

Sin embargo, los productores de la ARPQC quedaron en una posición de seguidores, por falta de recursos estratégicos, y por la dificultad de apropiarse totalmente del proyecto y de sus retos:

“La marca colectiva es “Queso Cotija, región de origen”. (...) La ventaja es que es un producto de marca, que tiene preferencia. Pero no hemos vendido donde sirve esa marca. (...) No sé bien de las denominaciones de origen, pero nos han dicho que va a dar la exclusividad sobre nombre, y alguna ventaja; pero no sabemos bien lo que vamos a lograr con eso” (Entrevista con un quesero, Santa María del Oro, 2008)

“Chombo nos dio el manual de las reglas. En el manual están contemplados los municipios que entran, y viene lo de Jalmich. (...) pero hace falta leer más el manual”. (Entrevista con un quesero, Jilotlán, 2008)

“La marca colectiva es el queso Cotija, original y auténtico; la marca es para que no sea abandonado, que tenga fama. José Vargas [primer presidente de la ARPQC] tiene los papeles. Hay reglas para la marca, pero no sé bien cuáles. (...) La meta es que se venda bien el producto”. (Entrevista con un quesero, Quitupán, 2008)

La noción de bien colectivo, de patrimonio común, que los 3A pusieron de relieve, es bastante confusa para ellos. Por ejemplo, un rancharo explicó que *“la marca, la tiene José [primer presidente de la ARPQC]”*, como si fuera la propiedad y responsabilidad de una persona. Lo colectivo, por lo menos en el sentido de puesta en común de asuntos de de negocio, es considerado como algo sospechoso, pues es preferible que *“cada uno se rasca con sus propias uñas”*, dado que *“cada cabeza es un mundo”*. La propiedad individual privada es una referencia importante del mundo rancharo, de su organización socioeconómica, y también de su representación simbólica y de sus valores, en contraste con el mundo de los ejidos y de las comunidades. Temen que las acciones colectivas dan

lugar a comportamientos oportunistas, especialmente cuando se integra a mucha gente, de diversas regiones de la Sierra. El principal objeto de la MC del queso Cotija es para muchos productores la obtención de beneficios individuales, a nivel de precios, nuevos mercados o la obtención de apoyos públicos. Su dimensión colectiva es parcialmente apropiada por los productores.

Esa visión de los productores coexistía con una concepción más colectiva y más “construida”³⁶², sostenida principalmente por los 3A. Los 3A ven en la MC la articulación de un proceso de desarrollo territorial integral basado en la valorización del patrimonio de la Sierra de Jalmich. La preocupación de conseguir mejores precios y nuevos mercado es parte de un plan más amplio, que abarca diversas dimensiones: mejorar las infraestructuras individuales y colectivas, fomentar la organización de los diferentes actores y la “interinstitucionalidad”, proteger el medio ambiente, revalorizar la cultura ranchera en sus diversas dimensiones, frenar la migración, favorecer una “sustentabilidad patrimonial”.

“El queso Cotija no es sólo un negocio, es un trabajo, una actividad social, una forma de vivir, de justificar su existencia. (...) Es una parte de un proyecto más grande, que sintetiza la historia, la dinámica de los sistemas de producción, y despierta intereses. Entonces se usa como eje de algo más amplio” (Entrevista con EB, Zamora, 2008)

También, dado el carácter heterogéneo de la trayectoria personal de los 3A, y la interdisciplinariedad que implican sus trabajos y trayectorias (entre ciencias técnicas y ciencias sociales; con la postura de PC³⁶³, especialista en tecnología y química quesera, y EB, especialista de las sociedades rancheras y originario de una familia de rancheros de la Sierra de Jalmich), sus perspectivas son el fruto de la integración de diversos aspectos. De esta manera, se planteó la necesidad de mejorar y estabilizar la calidad del producto a nivel sanitario, pero sin afectar la calidad territorial, tradicional, del producto. Se articularon una lógica centrada en la calidad genérica (estándar, calidad sanitaria) con otra basada en la calidad específica del producto, asociando además calidad del queso y calidad de vida de los productores, y donde se considera el carácter complejo y multidimensional de un proceso de calificación y sus implicaciones. La posición de los 3A, y en

³⁶²En el sentido que se apoya en conceptualizaciones que permiten explicitar y vincular diferentes objetivos y motivaciones. Por ejemplo, EB define el *“Patrimonio en un sentido amplio: son bienes o cosas de valor económico: terrenos, ganado, casas, infraestructura, vehículos; también son las expresiones tales como música, baile, comida, maneras de hablar y de vestir; y sobre todo, son conocimientos y formas de ver -y de verse en- el mundo (cosmovisión). En síntesis, el patrimonio cultural es el conjunto de elementos materiales y simbólicos acumulados y transmitidos generacionalmente, resignificados a diario por la acción de los depositarios; es el conjunto de pautas o referencias, socialmente construidas, de las que los individuos y los grupos humanos echan mano constantemente para conducirse tanto en su vida cotidiana como en la orientación y cálculo de sus proyectos de mayor alcance”* (Barragán, E. “Los patrimonios culturales en la sierra de Jalmich”. Conferencia pronunciada en la segunda feria del Queso Cotija. Noviembre de 2001). Considera la patrimonialización como la reactivación de patrimonios culturales, y define como tal el proceso de calificación del queso Cotija.

³⁶³Véase por ejemplo en Chombo (2005; 2008a; 2008b).

consecuencia de la PSJ, forma entonces un consenso complejo entre lógica doméstica, cívica, industrial, y considera la necesidad de integrar en la acción colectiva de calificación al máximo de productores, así como otros actores de soporte (de diferentes niveles de gobierno, técnicos, etc.). Aunque ha podido dar lugar a algunas tensiones entre los 3A, ese consenso, se ha consolidado bastante en el transcurso del proceso, y fue su principal impulso.

Esa visión compleja impactó en las representaciones de los queseros. De forma heterogénea y a veces un poco confusa, les permitió integrar (o más bien explicitar algo que ya pensaban de otra manera) en sus representaciones, discursos y también sus acciones las preocupaciones de asegurar la permanencia del sistema productivo y del modo de vida rancharo, de la tradición quesera, del patrimonio natural y cultural de la Sierra de Jalmich³⁶⁴. También se apropiaron de la cuestión de la calidad (en particular de la importancia de asegurar la inocuidad del producto), y modificaron sus prácticas para lograr mayor higiene, y tener “buenas calificaciones” en el marco de las pruebas realizadas.

“Con la marca colectiva debes dar más cuidado sobre calidad. (...) Ayudó a venderlo más rápido, y subió un poco el precio, y que la gente siga haciendo el queso. La ventaja de la marca es que es un producto que tiene su sello y su denominación de origen; con la marca se puede vender bien, a condición de hacer las cosas como se deben de hacer, siguiendo las reglas. Unos creen que se tiene la marca y ya, no hay que esforzarse, pero no es así. Hay algunas reglas, sobre maduración, la sal, la zona; y hay la tradición también, hay que respetarlas”. (Entrevista con un quesero, Cotija, 2008)

Así, se construyó un consenso entre productores y asesores, plasmado en las reglas de uso de la MC, redactados por los 3A bajo el lema de la “*costumbre hecha regla*” en la base de los estudios realizados, en un “*sistema de calidad híbrido*”. Se delimitó la zona en función de criterios biofísicos, socio-técnicos e históricos, siendo de hecho la única zona donde se había mantenido la producción tradicional de queso Cotija. La delimitación y las reglas de uso fueron de hecho bien aceptadas por los productores, aunque faltaría ver un uso más significativo de la MC para saber en la práctica si son aceptadas sin problema por los productores. Sin embargo, el proceso de calificación no se paró con la obtención de la MC. De un lado se seguía planteando la obtención de una DO; y sobre todo quedaba de consolidar la MC, a través de un esquema de control, y la introducción del queso con MC en el mercado. Al mismo tiempo, la fama del queso Cotija crecía, atrayendo nuevos actores muy diversos, por sus motivaciones e intereses.

³⁶⁴ Incluso ese concepto mismo de Sierra de Jalmich ha sido institucionalizado por el proyecto, dando un nombre a una realidad vivida pero no claramente denominada hasta ahora. Eso ha podido dar lugar a confusiones por parte de los productores, que a veces no se identifican a la Sierra de Jalmich, que asocian más con los 3A y a la asociación PSJ (Pro Sierra de Jalmich).

6.2.3.1.2 Segunda etapa

Parte de los nuevos actores se apegaron a la visión sostenida por los 3A, e hicieron algunos aportes complementarios a la posición consensada (SEDECO de Michoacán, académicos de la UNAM³⁶⁵, entre otros). Pero el consenso logrado fue luego desestabilizado, en particular por la confrontación con nuevos retos y la influencia de nuevos actores. De un lado, los 3A pensaban que era necesario establecer un plan de control y una estrategia de mercado. Empezaron a trabajar sobre la formación de una estructura que se encargaría de esos aspectos, surgiendo así el proyecto del Mesón del queso Cotija. Por su parte, los productores empezaban a perder paciencia, a querer vender ya con la marca, y empezaron a dudar de las intenciones de los 3A. Objetos de muchas solicitudes, se rompió el entendimiento y el consenso establecido con los 3A.

Así, en el marco del proyecto de Gran Alianza de Jalisco, o del proyecto de exportación de Don F., se insistió sobre todo en la dimensión mercantil e industrial, en las posibilidades de exportar, vender mucho y caro, y fomentar una organización más empresarial de la producción; si la dimensión patrimonial y tradicional aparecía en los discursos, era sobre todo un pretexto para la mercadotecnia. Se planteaba la caracterización del queso Cotija como un medio para su homogeneización y estandarización (véase sin autor, 2008a). Se prometió mucho, a veces con poca relación con la realidad, pero encontrando un eco en la principal motivación de los productores: desarrollar su mercado, obtener apoyos importantes del Estado para equipos e infraestructuras. También el proyecto Gran Alianza proponía integrar en el proyecto del queso Cotija productores de queso tipo Cotija, de municipios jaliscienses fuera de la Sierra. Las lógicas de la calificación eran entonces totalmente diferentes al consenso expresado en la MC. Se oponía así una lógica administrativa y política del territorio al concepto de terruño, de territorio histórico y tradicional que había inspirado la delimitación de la zona en las reglas de uso de la MC.

Frente a las reservas u oposiciones de los 3A en cuanto a ciertos proyectos (queserías colectivas, exportación, extensión de la zona), se difundió así la idea que la implicación directa de los 3A en el proyecto del centro de acopio y comercialización del Mesón era parte de una estrategia de acaparamiento de la MC, para intereses financieros personales. Además, al darse cuenta del dinero que transitaba para los diferentes proyectos, a menudo vía la PSJ, los productores no entendieron porque ese dinero no les llegaba directamente a ellos (sin ver siempre que eran financiamientos obtenidos por acciones específicas). En la mente de los productores, cuando hay dinero, hay negocio, intereses personales, y no hay escrúpulos (Barragán, 1994). Así, la incompreensión creció cada vez

³⁶⁵ Véase en Hernández B. *et al.* (2009) para una ilustración de esa visión.

más entre queseros y los 3A. La falta de contactos directos (visitas, reuniones, etc.) entre ellos y los productores y la velocidad de circulación de los “chismes” aumentaron la divergencia.

Algunos productores pensaban que no era normal que los 3A controlaran el uso de la marca y de las etiquetas, denunciando el papel de los 3A y de la PSJ, y el hecho que actuaban como representante en lugar de asesor:

“[la PSJ] es una asociación hecha para robar la marca; es un invento lo de “Jalmich”; somos nosotros Jalisco y Michoacán. (...) Somos miembros de la Pro Sierra de Jalmich, pero el nombre surgió después, no lo sabíamos. Es otra directiva que tienen ellos; se respalden sobre nosotros para salir adelante. Nos asesoraron al principio, estuvo bien, pero ahora hay desconfianza. (...) Patricia ya no hizo análisis. Esteban y Rubén nos asesoraron un tiempito y luego nada más se dedicaron a hacer negocio (...) Ahora hay desconfianza, pusieron el Mesón en el terreno de Rubén; ya no queremos que nos mande, queremos independizarnos”. (Entrevista con un quesero, Quitupán, 2008)

Don F. pudo así utilizar esa situación para tratar de marginalizar a los 3A, que se oponían al contrato de exportación que proponía a la ARPQC. Por su lado, los líderes del proyecto (los 3 alcaldes de Jalisco, y GB) Gran Alianza pudieron justificar y sentar su posición y su legitimidad de verdaderos representantes de los productores de queso Cotija, llevando ahora supuestamente el proyecto de DO (aunque en los hechos, no hicieron mucho). Pero así podían esperar recuperar los frutos políticos y el manejo de un proyecto potencialmente importante. Los líderes de los productores, implicados también en ese proyecto, tenían por su parte la sensación de independizarse de los 3A, y de los frenos que les ponían. Pero al final, no quedó más de esos proyectos que una mayor confusión.

Los 3A trataron varias veces de explicar a los productores su posición, su visión sobre las cuestiones de manejo de la MC y de la comercialización, invitando a los productores a visitar el Mesón, y continuando sus trabajos (muestreos de la leche y del queso, feria, búsqueda de mercado, norma). Explicaron que la PSJ era de todos, pero la mayoría de los productores (70% de los miembros de la ARPQC entrevistados) seguían considerando la PSJ (y el Mesón, que vinculaban a la PSJ) como un actor externo, y/o no sabían bien cuál era su papel y su funcionamiento.

“La conozco [la PSJ] sólo desde la feria. Supuestamente es de nosotros también, pero la hicieron Rubén y Esteban. (...) El Mesón no sirve para nosotros. Hay que venderlo o nos cobran para guardarlo. No hay convenios, y el Mesón quedó como si fuera de ellos; se quedaron con los apoyos del gobierno, lo sacaron de un programa que era para la asociación. (...) Es confuso porque no hay informe para llevar un control, no hay confiabilidad, y ahora no se sabe quién creer. Viene mucha gente, nos dice una cosa, no sabemos de dónde viene y para qué, si nos va a ayudar, o si quiere aprovecharse. Y luego viene otro, y nos dice otra cosa”. (Entrevista con un quesero, Santa María del Oro, 2008).

Sin embargo, dado que no se consolidaron ningún otro proyecto, los 3A siguieron siendo los principales motores. Fueron bastante activos, aunque que empezaron a desanimarse por la situación, y por ciertas dificultades para conciliar sus obligaciones profesionales con los diferentes proyectos.

Los productores siguieron a pesar de todo trabajando con ellos. De hecho, el conflicto con los productores era sobre todo limitado a un grupo de queseros, no a todos³⁶⁶; los demás escucharon los rumores, desconfían un poco pero no están realmente en conflicto; e incluso el grupo más conflictivo seguía participando a los programas de muestreo, la feria del queso Cotija, y otros eventos y proyectos manejados por los 3A, al mismo tiempo que denunciaban su actitud.

A fin de cuentas, el mayor cambio, en esta segunda etapa, ha sido la coexistencia no siempre coordinada de diferentes proyectos al lado de la acción de los 3A. Además, el apoyo institucional principal de los 3A, el gobierno de Michoacán, cambió de representante y se alejó de ellos, para plantear una visión política mucho más clásica y convencional (proponiendo financiar la creación de cooperativas³⁶⁷, en particular para competir contra el Mesón). Las representaciones de los productores se hacen más confusas, entre diferentes consejos y visiones, y el registro previamente dominante, sostenido por la PSJ, deja lugar a visiones más industriales de la DO:

“No sé bien de eso, de las denominaciones, pero sí sería el próximo paso. Pero es difícil porque son quesos artesanales y para la DO se necesita estandarizar el producto: laboratorio, ordeña, queso con sabor y calidad homogénea” (Entrevista con un quesero, Cotija, 2007)

Por su parte, la NMX se constituyó como nueva arena de calificación del queso Cotija. Al principio los 3A la vieron como una arena complementaria, para reforzar la MC y también contornar la oposición del IMPI al obtener una NMX. El COFOCALEC apoyó la iniciativa, sin prejuicio, acompañando los actores en una “re-transcripción” de las reglas de uso de la MC en función de la sintaxis de la normatividad. Pero de un lado, esa nueva sintaxis generó nuevas preguntas, nuevos elementos a aclarar y explicitar dentro de la NMX. Por otra parte, implicó la confrontación del proyecto de la 3A con nuevos actores, dando lugar a nuevas formas de complementariedades y enfrentamientos directos. Así, los 3A se encontraron con la UNAM y los trabajos realizados, logrando cierta complementariedad, en una lógica cercana a la de los 3A. Se confrontaron directamente con los industriales (representantes de CANILEC, etc.), quienes buscaron recuperar la fama del queso Cotija, y compartir la norma y la denominación con los productores de la Sierra de Jalmich. También fue el lugar de la confrontación entre los 3A y el líder de Gran Alianza. Pero al final, esos actores dejaron la arena por diversas razones, y se mantuvo un consenso alrededor de las reglas de uso tal que planteadas por la MC. Dentro del proyecto para verificar la inocuidad del producto y obtener la NMX, el CIATEJ debe compartir el liderazgo con otros institutos, muchos que nunca trabajaron sobre

³⁶⁶ En particular, esa situación no afectó las relaciones entre EB y un grupo de productores que son familiares y vecinos de su familia, y con quienes tiene desde siempre contactos más frecuentes.

³⁶⁷ Una propuesta poco original, y sobre todo que ha llevado en más fracasos que éxitos en la historia de México. Esa propuesta se inscribe en realidad en los esfuerzos de la reintegración del proyecto queso Cotija en los marcos habituales de la relación clientelista entre los productores (sobre todo del campo) y el Estado.

el queso Cotija. Algunos plantean una visión tecnicista convencional, que vuelve a poner en tela de juicio el consenso encontrado entre calidad estándar y calidad específica.

Al final, la situación es bastante inestable. Se perdió gran parte de la confianza entre los actores, y coexisten diferentes proyectos, con diferentes estrategias y visiones, sin coordinación, e incluso a veces de manera antagónica. Los productores parecen desorientados; algunos quieren utilizar ya la marca, libremente, y otros todavía no entienden bien que se busca hacer con ella. Se sigue avanzando por ensayo/error, y las dificultades para abrir nuevos canales de comercialización muestran que si se logró una IG (una MC), el proceso de calificación no se acabó con la obtención de una MC.

6.2.3.2 Queso Bola de Ocosingo

Al contrario de lo que pasó con el queso Cotija, la obtención de la MC “Queso Bola de Ocosingo – Chiapas” fue más rápida. Tardó 9 meses, entre la solicitud de la MC y su atribución por el IMPI, sin encontrar problema. Si al principio se pensaba solicitar una DO, la SDC y los productores siguieron sin oposición el aviso del IMPI de solicitar una MC. Entonces se registró una MC de tipo IG, “Queso Bola de Ocosingo – Chiapas”. Al plantear ese proyecto, la SDC no tenía objetivos muy definidos, ni una estrategia clara, salvo realizar algo a favor de los productos tradicionales de Chiapas, como ilustración de su acción política para los productores chiapanecos. Por eso, a lo largo del proceso, fue avanzando sobre todo en función de los avisos y consejos de otros actores, sea el IMPI, la UTS, los productores u otros.

Las diferentes visiones sobre el proceso entre los diferentes actores principales eran bastante convergentes. La SDC consideraba que con una MC, se podía *“dar el reconocimiento que se le debe a ese queso. Además las reglas de uso se vuelven una garantía de calidad y obligan a los productores a respaldar la marca”* (Entrevista con un funcionario de la SDC, 2008). El preámbulo de las reglas de uso recuerda también las motivaciones de la SDC:

“El gobierno del Estado de Chiapas, a través de la Secretaría de Desarrollo Rural, en coordinación con los productores de Queso Bola de Ocosingo y con la finalidad de darle un valor agregado a su producto y apoyarlos en su desarrollo y comercialización; han optado por registrar una marca colectiva, y obtener el reconocimiento a la elaboración de este producto auténtico de este municipio que se ha convertido en una tradición que data de 1924 elaborándose por primera vez en el “Rancho Laltic”. (reglas de uso de la MC Queso Bola de Ocosingo – Chiapas)

Los productores tenían planteamientos similares en cuanto al proyecto de MC, donde la organización era una necesidad para lograr la marca, la cual debía permitir ampliar el mercado, y al mismo tiempo constituir una garantía de calidad:

“Empezamos con lo de la marca porque nos invitaron (...) Fue la idea de la secretaria del campo de formar la sociedad, decían que debíamos trabajar unidos. Y después en las pláticas se fue conociendo y elaborando el proyecto. (...) Querrían una unión para dar la marca colectiva, decían que sin una sociedad no era posible conseguir la marca”. (Entrevista con un quesero, Ocosingo, 2009)

“Fue una invitación de la secretaria del campo para hacer la marca colectiva, porque hacen queso Bola en todas partes pero con la marca, la idea es tener un queso de calidad (...) A veces hay unos no lo hacen bien [el queso Bola]. Con la marca tenemos que seguir las reglas de uso, para que la calidad sea siempre la misma. (...) A mí me convienen, es lo que hacemos, pero no todos siguen las reglas de uso” (Entrevista con un quesero, Ocosingo, 2009)

Tal visión se oponía en la manera de ver del IMPI, al contrario. Además, como no se hacía queso Bola en otras partes, el IMPI no tenía razones de oponerse, y no hubo realmente una oposición oficial o no oficial por parte de otros productores. Además, el proyecto emanaba de un organismo político, la SDC, lo cual sin duda favoreció también la obtención de la MC.

Con la idea de realizar aportes sobre los aspectos de calidad (caracterización, criterios,...), y ayudar a la redacción de las reglas de uso, se solicitó el apoyo de la UTS. La UTS aportó una primera definición y caracterización del queso Bola de Ocosingo (relleno de doble crema, madurados 21 días; tamaño; forma; contenido) que de hecho se retoma en las reglas de uso. En cuanto a la calificación del queso Bola, la UTS aportó un punto de vista sobre todo técnico (mundo industrial), con la meta de *“trabajar para unificar las técnicas e implementar tecnologías”*, según los términos de un integrante de la UTS³⁶⁸. Así no había visiones muy diferentes entre los actores implicados en la calificación del queso Bola; dominaba un enfoque mercantil e industrial, donde la MC se planteaba como una forma de valorizar un producto estandarizado.

En los discursos de algunos actores (la UTS y los productores en particular), se contemplaba también la dimensión patrimonial de ese queso y la importancia de resguardarla; sin embargo, en la práctica, esa lógica no influyó realmente en el proceso de calificación. Las reglas de uso, redactadas por la SDC en colaboración con los productores, destacan el carácter histórico de esa producción en Ocosingo, pero no tanto en cuanto a los procesos de fabricación.

“El Queso Bola, es un producto originario del municipio de Ocosingo, Chiapas, teniendo este aspectos naturales como la altitud, clima, tipo de suelo, pastos, que brindan a la materia prima

³⁶⁸ En los trabajos de los estudiantes de la UTS (Moreno C., 2005; Morales R., 2008), que realizaron estancias en las queserías de Ocosingo, se puede ver diferentes lógicas y valores, a veces contradictorias, que predominan. Se habla de *“conservar los procedimientos tradicionales”*, y al mismo tiempo de *“mejor calidad y sabor”* para *“mantenerse al margen de la competitividad”*; proponen *“implementar la pasteurización de la leche”*, y al mismo tiempo guardar los moldes de madera porque *“la madera transfiere al queso un olor característico agradable”*. Oponen artesanidad y mejoramiento tecnológico. Para Morales R. (2006: 8), se trata de *“industrializar la leche para la producción de Queso de Bola, cambiándole el proceso artesanal a como se produce actualmente con los competidores”* para poder valorizar el *“artesanal y auténtico Queso de Bola”*. Esos trabajos son diseñados como si ya se conocía la solución, antes de analizar el problema.

(leche) características especiales, que le dan al queso un sabor particular” (reglas de uso de la MC Queso Bola de Ocosingo – Chiapas)

Fuera de eso, no hay especificaciones precisas sobre el anclaje territorial de la producción. Las reglas de uso no dicen nada sobre la producción de leche, salvo que verificará *“que se ha utilizado leche de la región”*, y muy poco sobre las condiciones de elaboración del queso. Definen el organismo de control y supervisión como la UTS, en coordinación con la SDC y la Secretaría de Salud. No delimitan clara de una zona, pero se precisa que el productor deberá *“ser originario de Ocosingo”*, y *“ser productor de Queso Bola dentro del municipio de Ocosingo, Chiapas”* (municipio que representa el 11% del territorio chiapaneco, con zonas muy diferentes).

El Instituto de Salud de Chiapas intensificó sus visitas y su presencia en Ocosingo, aprovechando la dinámica creada por el proyecto y la relativa apertura de los productores. De hecho, según datos del Instituto, el 25% de las visitas a queserías en el Estado de Chiapas se realizaron en Ocosingo³⁶⁹, mientras que en el padrón de queserías del Instituto representan solamente el 4% del total estatal. El Instituto participó en la difusión de un concepto de calidad basado sobre la uniformización, y la seguridad, bajo el lema que *“los queseros tienen como responsabilidad mínima ante la sociedad que los alimentos no representen un riesgo para la salud de los consumidores”*. (Entrevista con un funcionario del Instituto de Chiapas, 2008).

Los productores de queso Bola, o por lo menos los socios de la SAIQO aceptaron implementar a partir de 2008 la pasteurización lenta en sus procesos³⁷⁰, y se dieron como nuevo reto la estandarización de la producción; aunque algunos emitieron algunas reservas, sobre la pasteurización, su costo y sus impactos en términos de sabor.

“No todos los ganaderos entregan la leche bien; por eso hay que pasteurizar. Y porque hay gente que no saben trabajar la leche. Aunque con la pasteurización cambia el queso, pierde sabor, no sabe a leche. - ¿y se dan cuenta sus clientes de ese cambio?- No, no se notó la diferencia. Pero el queso madurado va a perder mucho sabor”. (Entrevista con un quesero de Ocosingo, 2009).

La SDC propuso que se agruparan los queseros de la SAIQO para hacer una planta única, dedicada únicamente a la producción de queso Bola con marca colectiva, con leche pasteurizada, para lograr así *“uniformizar”* la producción del queso con marca colectiva:

³⁶⁹ Entre enero y septiembre del 2009, Salubridad efectuó 40 visitas en Ocosingo, o sea 2 visitas en promedio por quesería.

³⁷⁰ Aunque tal vez es lo que dicen, pero no siempre hacen. De hecho, como el queso Bola es un queso madurado, suena extraño que los queseros pasteuricen la leche y luego no agreguen cultivos lácticos, y que aun así el queso madure.

“La marca colectiva es algo bueno para dar a conocer el producto a otros. (...) Por el momento cada quien trabaja con su leche, pero tenemos una fabrica y queremos trabajar de forma colectiva (...), para que todo el queso salga uniforme” (Entrevista con un quesero, Ocosingo, 2009)

“(...) por eso era la quesería colectiva. Era la única solución para que todo el queso salga igual. Se pensó como por el 2005. La Secretaria del Campo apoyó para hacer la construcción y comprar equipos, y nosotros pusimos el terreno. (Entrevista con un quesero, Ocosingo, 2009)

Con ese proyecto de quesería colectiva, se pierde la diversidad de prácticas que caracterizaban la producción de queso Bola en Ocosingo, destacando la idea que sólo hay un queso Bola legítimo. De hecho, esa noción de legitimidad y de exclusión se puede también constatar en las reglas de uso, que definen sobre todo los usuarios de la marca colectiva, más que el producto en sí. Se excluyen todos los que no son miembros de la SAIQO, lo que los socios del SAIQO justifican diferenciando a productores legítimos (herederos de la creadora del queso) de los demás:

“Todos los socios [de la SAIQO] somos queseros por herencia; queríamos unificarnos frente a los que vinieron de otros lados, pues somos los legítimos herederos. Entonces hicimos el grupo. Había que unificar los conocimientos y hacer queso de calidad (...) En grupo se hace más fuerza. (Entrevista con un quesero, Ocosingo, 2009)

Ese planteamiento es discutido por los demás productores de queso Bola, que no son parte de la SAIQO (por no querer, y por haber sido excluidos), y que no están seguros de poder seguir utilizando la denominación de queso Bola de Ocosingo:

“Lo de la marca, pues en parte es bueno, era buena idea; porque sí sería necesario proteger el queso Bola. Pero ellos quieren agarrar que solo ellos puedan hacer queso Bola. Quieren que sea su negocio, no les importa tanto la calidad, quieren controlar el mercado de la leche y el del queso. (...) Querrían que yo lo [el queso Bola] hiciera de menor calidad [que la que hacía]. (...) Deberían entrar más, ser todos los queseros. Hay un quesero en Chilón, Carlos, que hace queso bola desde más tiempo que los de la marca, desde su papa, y lo quieren cerrar. Si lo que vale es lo que hay adentro [del queso]. (...), Ni modo, o si hay que cambiarle de nombre, lo haremos, lo pondremos “queso barrilito”, o lo que sea”. (Entrevista con un quesero, Ocosingo, 2009)

“Es un grupo de unos queseros, están buscando que nada más ellos puedan hacer el queso Bola. Es un círculo familiar, se cerró. Pero no son los únicos que lo hacen. Aquí hay como veinte productores de queso. Empezaron a gestionar la marca sin decir nada, pensaron que solo ellos lo iban a vender, pero fueron mal informados. Él que los organizó los dio una mala idea. Mucha gente vive de eso, a nadie se lo puede prohibir”. (Entrevista con un quesero, Ocosingo, 2009)

Esa división no fue tomada en cuenta por la SDC, quien considera que lo de la marca colectiva fue un éxito, y que cumplió con el proyecto al conseguir la marca, y al empezar a funcionar la quesería colectiva:

“Sólo son dos familias, y no dejan entrar a nadie más. En una junta dijeron que ya no iban a dejar entrar a nadie más, sólo familiar, y eso no vale. (...) Como no estoy en lo del queso Bola no recibí apoyo. (...) Una vez vino uno de la Secretaria del Campo de Tuxtla, a una junta; se empezó a decir que

era una buena sociedad, una ayuda para todos, que el gobierno había dado mucho... y mi hija dijo que "como vamos a estar bien nosotros", y se dio cuenta que no estaban todos como lo pensaba; dijo uno de la sociedad que todavía había opción para entrar; pero se levantó otra y dijo que no, que porqué no entraron al inicio. (...) No quiero pleitos de toda manera, mejor no entro (...) El gobierno en general da dinero y luego no sabe para que sirve". (Entrevista con un quesero, Ocosingo, 2009)

Desde el punto de vista de la SDC, el proceso de calificación del queso Bola es algo acabado, cumplido, tras la obtención de la MC y la inauguración de la quesería colectiva. Si se sigue apoyando a los productores de la SAIQO (invitación a ferias, apoyo para promoción), se considera que no hay nuevos objetivos, otros que la de aprovechar la MC y difundirla en el mercado, lo cual es responsabilidad de los queseros de la SAIQO.

6.2.3.3 Queso Crema de Chiapas

Si la construcción de la MC del queso Crema estaba apenas iniciando al momento del trabajo de campo, es interesante analizar los primeros pasos de ese proceso, que se pudieron observar directamente. Desde el punto de vista del iniciador del proceso, la SDC, el objetivo de la MC es similar que para el queso Bola: uniformizar los criterios y la calidad del queso; diferenciar el queso Crema de Chiapas, y ampliar su mercado. La SDC sigue trabajando con el IMPI, en base al mismo acuerdo: la MC puede ser el primer paso antes de una eventual DO; y de toda manera sería una mejor opción para los productores. Los objetivos de la SDC no son de implicarse mucho y a largo plazo, sino más bien de conseguir rápidamente la MC. Por su parte, la motivación principal de los productores se basa en la esperanza de mejorar sus ventas:

"La ventaja de una marca, es para diferenciar, como con el mango ataulfo, o el Tequila; el producto lleva algo que te acredita, que te ampara; es como un control de calidad, un filtro. Decir el origen porque es calidad". (Entrevista con un quesero, Pijijiapan, 2008)

"Eso de la SDC va a funcionar porque hay exigencias de cadenas de tienda. (...) El queso va a llevar una etiqueta, nos van a reconocer en Hacienda. (...) Con una etiqueta registrada, la ventaja será de tener más salida para el queso." (Entrevista con un quesero, Tonalá, 2008)

"La marca puede ayudar para integrar tiendas de autoservicio, para que compren queso de Chiapas." (Entrevista con un quesero, Tonalá, 2008)

"Eso del proyecto de la marca es un avance, algo interesante. [El queso Crema] es un queso muy conocido, de todo el estado. La marca es una ventaja porque permite que tenga un valor agregado en la comercialización. (...) Ese negocio puede revolucionar la economía aquí en el municipio". (Entrevista con un quesero, Ocosingo, 2009)

Los queseros esperan también conseguir a través de ese proyecto financiamientos, apoyos para capacitación, y para comprar equipos para sus queserías. Algunos ven en el proyecto de la MC la voluntad de organizar la cadena por parte del gobierno, y definir cual queso producir y como. Otros piensan que el queso que se hará con la marca será otro producto, estandarizado (eventualmente

pasteurizado), para mercados nacionales o internacionales, mientras que se seguirá haciendo queso Crema como antes para el mercado local.

“El proyecto [de marca colectiva] es para unirnos, hacer la marca queso Chiapas y registrarla. (...) En grupo se puede conseguir fondos y apoyos; y mejorar la producción para poder exportarlo a otro lado. (...) Le entré por lo de la marca registrada para acabar con la piratería. (...) Vimos un video sobre las marcas colectivas; la ventaja es que es una marca registrada, para acabar con la piratería del nombre de la etiqueta (...) También había algo en el video algo sobre denominación de origen; pero no me acuerdo”. (Entrevista con un quesero, Tonalá, 2008)

“Eso de la marca colectiva es tener todos la misma marca; si todo el queso sale igual, sería bueno. Pero si lo hacemos diferente con la misma marca, no conviene. (...) La denominación de origen, es que los productos son de acá”. (Entrevista con un quesero, Arriaga, 2009)

“Con la marca colectiva, la finalidad es hacer un queso de calidad, con una misma fórmula. (...) No sé muy bien cómo se va a hacer, pero sí será más fácil la comercialización”. (Entrevista con un quesero, Ocosingo, 2009)

Entonces, se junta diversas esperanzas y objetivos alrededor del proyecto de MC, en función de las aspiraciones y problemas (individuales) que cada uno enfrenta. La dimensión patrimonial y tradicional tiene poca importancia en los discursos de los diferentes actores; aunque los diferentes actores consideren el queso Crema como el queso típico de Chiapas, tradicional de ese estado. Pero hasta ahora, esta dimensión del queso Crema es visto sobre todo un pretexto; incluso algunos piensan que hubiera sido mejor hacer una marca colectiva o incluso una denominación de origen del quesillo o queso Oaxaca³⁷¹... En efecto, a nivel comercial, es lógicamente el quesillo que despierta mayores intereses siendo el tipo de queso más producido en la Costa. La cuestión de la tradición, del patrimonio, como de hecho en gran parte la del desarrollo local, son preguntas aun casi ausentes del proceso de construcción de la IG. No se constituyó un consenso y una visión integrando las cuestiones tecnológicas, económicas y sociales que implicaría un proyecto de desarrollo territorial, basado en la valorización y preservación del patrimonio cultural y natural. Sin embargo empezaron a ser destacadas en los discursos bajo la influencia del grupo de investigadores de Chapingo, cuyo planteamiento integra objetivos del mundo mercantil, industrial y patrimonial (Villegas *et al.*, 2010b); y también, en menor medida, por la influencia del catador, quien destacó en sus intervenciones su

³⁷¹ Un quesero nos explicó que “allá [en Oaxaca] se lo comen, aquí [en la Costa de Chiapas] lo hacemos”. Si ese producto es originario de Oaxaca, se produce ya muy poco en su cuna originaria, y ya se perdió el queso Oaxaca tradicional. Así los queseros de la Costa se reivindicaron ahora como productores que mantienen un saber-hacer artesanal, y que llevan desde unos 30 años esa “tradición”. ¿Quién sabe si en 100 o 200 años no será considerado como un queso tradicional de Chiapas?... La historia de los quesos tradicionales es hecha de desplazamientos, combinaciones, innovaciones y apropiaciones.

preocupación para rescatar los quesos tradicionales, y con ellos los sistemas productivos locales y modos de vida asociados³⁷², en sus diferentes dimensiones (tecnológicas, culturales, económicas, ...).

Como en Ocosingo, el Instituto de Chiapas ha tratado integrarse en el proyecto de MC, aprovechándolo para difundir su visión sobre la necesidad de seguir las normas para poder entrar en nuevos mercados, y en particular pasteurizar la leche, con la idea de que de toda manera será pronto una obligación efectiva. Eso va también en el sentido del vínculo que se hace entre el proyecto de MC y la uniformización del producto.

“La asociación [del queso Crema de Chiapas] se hace por la cuestión de la pasteurización, Nos van a dar para trabajar, aparatos y todo. El 27 de enero nos dicen, van a analizar el queso y ver si se va a pasteurizar en caliente o en frío”. (Entrevista con un quesero, Ocosingo, 2008)

“Se están organizando, ya se hizo la figura jurídica de la organización; fue mi mujer a las reuniones. Se está pidiendo de pasteurizar y se está viendo para un código de barra. Se ve interesante, porque hay que llevar documentación para vender en el Istmo, en Veracruz. (...) La idea con la marca [colectiva] es mover el producto, buscar mercado para queso pasteurizado a nivel nacional e internacional. (...) Dicen que van a hacer la marca “Queso Chiapas”, pero no sé muy bien lo que implica”. (Entrevista con un quesero, Pijijiapan, 2008)

La situación del queso Crema parece tender hacia más complejidad que el queso Bola. De un lado, implica mucho más productores, de diversas regiones, con intereses, capacidades y recursos diferentes. Por otra parte, si parece dominar un enfoque mercantil, y la idea de sacar lo más pronto la MC, la influencia de otras lógicas pudiera llevar a un consenso más complejo, integrando más las dimensiones domésticas estrictas. Quedan entonces muchas incertidumbres en cuanto a las negociaciones y al consenso al cual conducirá el proyecto de marca colectiva para el queso Crema de Chiapas. Dado además, la nueva estrategia del IMPI de atribuir MC innominada, como para el queso poro, el camino hacia una IG será arduo...

Se confrontan y enfrentan en los tres procesos analizados diferentes lógicas mercantiles, industriales, cívicas y domésticas. La construcción de una IG remite entonces a la formación de un consenso que se formara a partir de una hibridación y una jerarquización de esas lógicas.

6.2.3.4 Enseñanzas generales sobre las lógicas en acción en la construcción de IG

Para Barragán *et al.* (2010), la calificación territorial opone dos visiones, dos posturas: una visión industrial y mercantil, centrada en aprovechar y valorizar el nombre y el renombre del producto y del territorio; y una visión patrimonial, que se interesa al producto y al sistema productivo en su

³⁷² Véase por ejemplo en su blog diferentes artículos sobre los quesos mexicanos: <http://lactography.blogspot.com/search/label/Mexican%20Politics> Es también lo que caracteriza a las pláticas y conferencias que impartió en el marco de las catas que realizó.

conjunto, con sus recursos materiales e inmateriales. La primera sería llevada por el Estado, frente a la postura patrimonial de los actores locales. Pero no es tan sencillo, en particular no se puede reducir la complejidad y diversidad de las motivaciones y expectativas de los actores locales a una visión únicamente patrimonial. Retomando la propuesta de Poméon y Fournier (2010), se puede clasificar las diferentes motivaciones que movilizan los actores en los proyectos de IG (Tabla 22).

Motivaciones / justificación de las IG	Mundo / lógica
Desarrollar el mercado (nuevos canales de comercialización,...)	Mercantil
Mejorar el precio y la repartición del valor agregado	Mercantil
Mejorar la calidad estándar (sanitaria)	Industrial
Afirmar la especificidad del producto y del patrimonio local	Doméstico estricto
Proteger legalmente la denominación quesera (exclusividad)	Doméstico - <i>proprietary</i>
Promover el desarrollo territorial (más allá del sector quesero)	Cívico

Tabla 22: Las principales motivaciones para la construcción de IG (elaboración propia, partir de Poméon y Fournier, 2010)

Se podría atribuir cada tipo de motivación a cada tipo de actores; por ejemplo el Estado sería asociado con la promoción del desarrollo, el mundo académico (especialmente las ciencias técnicas) con una visión industrial, estándar; los productores tradicionales con una lógica doméstica, etcétera. Sin embargo, Vatin (1996) mostró que se debía tener cuidado al clasificar los tipos de actores en función de sus racionalidad y sus lógicas, pues hay apariencias engañosas. Hay una gran diversidad de actores, que sostienen diferentes justificaciones (o más bien combinaciones de justificaciones), que pueden variar en el tiempo. Dentro de un mismo grupo de actores, pueden coexistir diferentes tipos de motivaciones, de lógicas; e incluso no es a menudo posible reducir un actor a una sola motivación. Entonces, las lógicas interactúan en varios niveles (el individuo, el grupo, la arena). Una acción colectiva es siempre atravesada por un conjunto de visiones; y un colectivo tiene su propia lógica, que no es la suma de lógicas individuales, aunque resulta de ellas, de su interacción. Se propone distinguir tres tipos de interacciones entre lógicas (asociadas a motivaciones, intereses y acciones) en los casos analizados: composición (o hibridación), superposición y oposición³⁷³. Sin embargo, esa tipología es insuficiente para entender y caracterizar los procesos analizados. Se debe también plantear la distinción entre dos tipos de motivaciones: las motivaciones “superficiales”, y las “concretas”.

6.2.3.4.1 Entre motivaciones superficiales y motivaciones efectivas

Las justificaciones y motivaciones no aparecen siempre claramente. Primero, porque puede haber una divergencia entre el discurso de los actores y sus motivaciones profundas, que se revelan durante el proceso de negociación y de calificación, en la acción y en la confrontación con otros

³⁷³ Se podría suponer también que hay casos donde hay una sola lógica, monolítica. Sin embargo, por lo menos en los casos estudiados, esa categoría no se encuentra en los hechos.

actores. Por otro lado, porque algunos actores incluyen motivaciones en sus discursos, sin vincularlos con una estrategia, propuesta y/o a acciones concretas. En este sentido, es posible distinguir dos tipos de motivaciones:

- Las motivaciones superficiales remiten a lógicas que aparecen en los discursos, pero no se concretizan en las acciones y/o la estrategia planteada por el actor;
- Las motivaciones concretas, efectivas, remiten a la efectividad de acciones o estrategias que corroboran el discurso. Incluso pueden existir motivaciones efectivas que no son expresadas explícitamente en un discurso (son sobreentendidas), lo cual vuelve aun más difícil su identificación.

El tipo de motivación influye sobre la interacción que puede tener con otras; así dos motivaciones superficiales pueden superponerse sin dificultad, mientras que dos motivaciones concretas tienden por lo general a hibridarse, u oponerse.

6.2.3.4.2 Composición (hibridación)

La hibridación da lugar a la composición de un “compromiso” (en el sentido de Boltanski y Thévenot, 1991), un consenso, un equilibrio más o menos estable entre varias lógicas. La visión sostenida por los 3A y los productores de queso Cotija (por lo menos en la primera etapa), ilustra la hibridación entre varios mundos: sostener el desarrollo territorial, a partir de una valorización comercial de un patrimonio cultural y natural protegido y resignificado, adaptándose a las constrañas del mercado (en particular en términos de exigencias de calidad sanitaria). A nivel individual, esa hibridación es por ejemplo ilustrada por la evolución de la postura de PC, y de cada uno de los 3A en general, al integrar diferentes dimensiones de la calidad en un mismo trabajo, en una conceptualización global del producto y de la calidad. Se expresa también en el plan integral de desarrollo planteado por la PSJ (2004), y en las acciones cumplidas en el marco de ese plan. Los productores de queso Cotija han mostrado también cierta capacidad a integrar en sus tradiciones productivas nuevas prácticas. En fin, las reglas de uso de la MC del queso Cotija son el resultado concreto de la hibridación entre diferentes lógicas.

La posición del grupo de Chapingo, en el caso del queso Crema de Chiapas, parte también de una lógica de hibridación, cercana a la del queso Cotija. Se apoya en una estrategia que plasma un enfoque pluridisciplinario. Falta ver en el tiempo y en las acciones si esa postura se concretizará, o si se quedará como una simple superposición entre diferentes motivaciones y lógicas.

6.2.3.4.3 Superposición

El caso de los proyectos de MC en Chiapas ilustra la problemática de la superposición. Los motivos de la SDC y sus estrategias no fueron muy claros. Los proyectos de MC que inició siguieron trayectorias definidas en parte por otros actores (productores, SSA, universidades, IMPI). Así, cuando la idea original que sostiene el proceso no es clara, se facilita cierta confusión entre los diferentes actores implicados (los productores en particular), y se tiende hacia una superposición de motivación y lógica. En el caso del queso Bola, se mencionó al mismo tiempo la necesidad de preservar ese queso tradicional, verdadero patrimonio local, pero por otro lado las reglas de uso no explicitan ni buscan proteger concretamente esa dimensión. Al contrario, el planteamiento de la quesería colectiva, con producción estandarizada y pasteurizada, muestra que lo que se impuso realmente fue una lógica industrial; así como una lógica doméstica tipo “*proprietary*”, con la apropiación de la marca por un grupo reducido de productores que claman la exclusividad de la legitimidad. En ese sentido, la superposición conduce a la emergencia de las motivaciones concretas, que solas impactan realmente en el proceso de calificación, mientras que las motivaciones superficiales sirven nada más como una especie de revestimiento patrimonial.

Por su parte, el caso del proyecto de MC para queso Crema implica la confrontación de situaciones e intereses divergentes. En efecto, reúne a queseros de todo el Estado, que procesan cada uno entre 300L y 50,000L por día. Algunos producen solamente queso Crema, y otros para los cuales es un producto secundario. Desde luego, tienen intereses diferentes, en particular en cuanto a sus estrategias de mercado y sus perspectivas de desarrollo³⁷⁴. La cuestión del manejo de la calidad no tiene las mismas implicaciones para cada uno, dado las diferencias en términos de capacidades de inversión, conocimientos y capital humano. Por otro lado, el iniciador del proyecto, la SDC, no lleva una estrategia clara.

En esas circunstancias, domina una superposición de motivaciones y estrategias diferentes, en la cual no emergió una particular. Otros actores tratan además aportar (o imponer) su lógica, con la pretensión más o menos afirmada de estructurar esa superposición; así Salubridad piensa orientar el proceso hacia la introducción de nuevas prácticas de producción (en particular la pasteurización), para mejorar la calidad sanitaria, lo cual plantea combinar con el objetivo comercial del proyecto. Si es necesario trabajar en los aspectos sanitarios, al mismo tiempo ciertos planteamientos representan una amenaza para otras dimensiones, en particular en cuanto a la calidad específica del producto. El grupo de investigadores de Chapingo por su parte propuso avanzar hacia una hibridación más

³⁷⁴ Aunque la diferencia no es tan grande en cuanto a los mercados enfocados para el queso crema. Los canales de comercialización son similares (mercados municipales y tianguis principalmente). El único productor que vende su producción a supermercados es además un pequeño taller, que trabaja entre 200 y 400 L diario.

compleja, como ya se mencionó. Pero por el momento, entre las diferentes lógicas superpuestas, es sobre todo la cuestión comercial que guía la estrategia de muchos, lo cual da lugar sobre todo a aspiraciones individuales. Pero aun esa motivación aparece finalmente como superficial. En efecto, fuera de buscar una marca colectiva y la participación u organización de ferias y expo, no se definió un objetivo, una estrategia concreta de desarrollo de los mercados. Se habla de exportar, de entrar en las cadenas de autoservicio, pero más allá del discurso, falta concretar algo. De alguna manera, falta una esperanza propia al proyecto de MC (y al proceso de calificación en general), que lo estructuró como dinámica colectiva.

Aun en el caso del queso Cotija, dominado por una situación de hibridación, combinando objetivos comerciales con problemáticas sociales, culturales, etc., algunos actores no se apropiaron de esa visión, y ven sobre todo el aspecto comercial. Si esa situación no generó problemas durante la primera etapa del proceso de calificación, los problemas empezaron cuando llegaron nuevos actores, y que se pasó a una fase de valorización y aprovechamiento de la MC. En efecto, al confrontarse la visión hibridada, sostenida por los 3A, con otras lógicas y motivaciones que pretendían llevar a nuevas acciones concretas, se pudo constatar que los productores no se habían apropiado la “visión híbrida” de la MC, o tal vez no exactamente en el mismo sentido que lo planteaban los 3A. Se puede pensar entonces que la situación de hibridación no es estable, sino que puede pasar a una superposición de lógicas. Pero a su vez, la superposición sólo es posible mientras las lógicas e intereses son compatibles (o más bien se vuelven compatibles, a través de diferentes operaciones, en particular cognitivas), o si nada más una es concreta (y los demás son superficiales). En efecto, la confrontación de dos motivaciones concretas incompatibles da lugar a una oposición.

6.2.3.4.4 Oposición

En el caso del queso Cotija, en la segunda etapa del proceso, la falta de legibilidad y la inestabilidad de la hibridación entre varios mundos (cívico y mercantil en particular) pudieron generar incomprensiones entre actores, y ser instrumentalizada por algunos para reforzar su propia posición. Si los productores reconocían la importancia del trabajo y el apoyo que aportaron los 3A, no entendieron porque querrían comprometerse de manera directa en la comercialización. En efecto, pensaban que a raíz de la obtención de la MC, sólo les “quedaba aprovecharla” para poder vender caro, y exportar; sin siempre ver los retos y las dificultades para manejar una MC (control de la aplicación de las reglas, dificultades para insertarse en mercados formales, etc.). Vieron en propuestas no siempre muy sustentadas, y que incluso podrían ser desfavorables para ellos en el cumplimiento de sus metas comerciales. Por otra parte, algunos querrían aprovechar la fama sin necesariamente seguir las reglas (vendiendo queso de menos de 3 meses de maduración en las ferias

donde los invitan, o de tamaño inferior,...). Así, aunque en los hechos el Mesón aportaba a sus socios más deudas que beneficios, y que no modificaba las posiciones de cada uno en la arena de calificación, parte de los productores (y otros actores) denunciaron como antinatural esa hibridación entre dos lógicas³⁷⁵:

“Hay un problema con las escrituras de la asociación [ARPQC], nunca los habíamos leídos. Nos dimos cuenta del problema con los asesores cuando se cambiaron en hombres de negocio. Vinieron los de Comercio Justo para proponernos de exportar, y Estaban rechazó su propuesta. Ellos venden a la secretaría de Morelos por el Mesón, pero venden lo de ellos, no venden lo de los productores. (...) Luego cuando vino un comprador de Estados Unidos, y Estaban dijo que no podían vender el producto. (...) Se perdió la confianza en ellos, pues eran nuestras guías. Pero ahora estamos ofendidos, queremos denunciarlos a derechos humanos. No se vale de asesorar, y luego de cambiarse a gente de negocios”. (Entrevista con un quesero, Cotija, 2008)

Ese ejemplo ilustra lo que Boltanski y Thévenot (1991) llamaron la denuncia de un consenso entre dos lógicas de justificación. En un libro posterior, Boltanski y Chiapello (1999) analizaron, en la misma línea, el desarrollo de una crítica “artista”. Ese modo de crítica se moviliza en particular para denunciar situaciones donde coexisten motivaciones y acciones interesadas con acciones desinteresadas³⁷⁶. Es efectivamente bajo este principio que se denuncia a la postura de la PSJ, aunque esa retórica crítica puede ser también instrumentada para otros fines. En realidad, las motivaciones de esa denuncia por parte de algunos pueden ser en realidad diferente. Mientras que por ejemplo el discurso y motivaciones de Don F. se enmarcaba en un mundo mercantil (hacer negocio, exportar) (pero también en menor medida y de manera superficial, cívica: conseguir apoyos, construir una carretera, etc.), logró utilizar la crítica de los 3A para conseguir el apoyo de parte de los productores para la validación de su proyecto; mientras su propuesta en términos comerciales no fuera realmente mejor que lo del Mesón. Una de las explicaciones posibles de esta situación fue aquí la ambigüedad, y la falta de comunicación entre los 3 asesores y los productores: había pocas reuniones, los productores no entendían siempre lo que se les decía, sospechaban de que no se les informaba de todo³⁷⁷, y porque era tan largo y costoso el proceso. Los 3A avanzaban por ensayo/error, sin saber cuál iba a ser el próximo reto, y cómo se iba a manejar. No se hacía minutas de las reuniones, ni había algo formal, por falta de tiempo y de medios, y pensando que no fuera

³⁷⁵ Además, los productores no entienden porque puede haber tanta diferencia entre precios de menudeo y de mayoreo, en relación en particular con las constricciones de un mercado formal; ni porque fluyen financiamiento y dinero a través de la ARPQC y la PSJ para los diferentes proyectos y programas, y porque no les dan directamente el dinero a ellos.

³⁷⁶ En el caso de EB, algunos productores sospechaban también cierto favoritismo para los productores de su familia, denunciando que actuaba así también bajo una lógica “doméstica”, para los intereses propios de su familia.

³⁷⁷ Eso hace eco a lo que dice Barragán (1994) sobre las relaciones entre los rancheros y el mundo “exterior”, en particular los funcionarios y otra gente “preparada”, “que tiene escuela”. Los rancheros temen a veces que ellos se aprovechen de ellos.

necesario³⁷⁸. Esa falta de coordinación y comprensión con los productores ha sido considerada por algunos actores como una forma de condescendencia y paternalismo; aunque por otra parte, los productores esperan mucho de los 3A, del gobierno, de sus líderes, y de otros actores, mientras que ellos mismo toman pocas iniciativas (por lo menos de forma colectiva) y no se implican mucho.

En Ocosingo, los conflictos entre diferentes lógicas no opusieron tipos de actores diferentes, sino más bien diferentes visiones dentro de un mismo grupo. En este caso, se operó una división entre los productores que quedaron en la SAIQO y los demás. Así, los integrantes de la SAIQO desarrollaron una estrategia basada en una lógica doméstica de “*proprietary*” (es decir de marca). Considerándose como los (únicos) herederos legítimos de la tradición del queso Bola, excluyeron del grupo lo que tenían otra concepción (por diversas razones personales o por divergencias de estrategias), o las personas se salieron ellas mismas³⁷⁹. En diversos foros y escenas, los productores de la SAIQO se presentan como los únicos productores auténticos y legítimos, frente a los demás.

En fin, otra oposición destacable ha sido la que opuso (y sigue oponiendo) los productores de queso Cotija y sobre todo los 3A con el IMPI, acerca de la denominación de origen. En este caso, el campo de la oposición aparece de manera bastante clara, entre de un lado una lógica mercantil, y por otro lado una lógica doméstica estricta (hibridada con otros elementos). Esa oposición condujo al final a un consenso inestable, con la MC Queso Cotija Región de origen, que luego fue denunciada por la PSJ por no tener en realidad un estatuto de IG, y por el IMPI que trató de quitarla, y quiere imponer ahora el uso de MC innominadas.

6.2.3.4.5 Reflexiones finales sobre la formación de un consenso alrededor de una IG

En conclusión se puede constatar la complejidad de un análisis de la dinámica de las lógicas: pueden divergir dentro de una misma categoría de actores (incluso son múltiples para un mismo actor), pueden cambiar en el tiempo, son más o menos explicitados y apropiados por los actores y no hay siempre concordancia entre discursos y acciones. Se forman alianzas entre actores, otras se deshacen, se difunden visiones, se contradicen o se enriquecen mutuamente, etc. (sea entre productores, entre asesores, etc.). Las situaciones de oposición, superposición y composición se cruzan y son a menudo simultáneas. Sin embargo, un análisis minucioso, puede aportar unas claves de comprensión importantes, que nos permiten compara la dinámica entre varios procesos (S = superficial; C = Concreta; A = Ausente

³⁷⁸ Los 3A pensaban también que fuera difícil explicarlo todo a los productores.

³⁷⁹ Sin embargo, faltaría ver más elementos para caracterizar esa situación. De hecho las situaciones de oposiciones y conflictos son a menudo difícil de estudiar, dado que en general se oponen varias versiones contradictorias, y que son asuntos que no siempre los entrevistados abordan fácilmente.

Tabla 23). Cabe mencionar que en el caso del queso Crema, por ser un proceso reciente, es lógico que sea aun más superficial que un proyecto como el queso Cotija, que tiene una trayectoria de más de 10 años.

Motivaciones / justificación de las IG	Mundo / lógica	Queso Cotija de la Sierra de Jalmich		Queso Bola de Ocosingo	Queso Crema de la Costa de Chiapas
		Etapa 1	Etapa 2		
Desarrollar el mercado	Mercantil	S	C	S	S
Mejorar el precio y la repartición del valor agregado	Mercantil	C	C	S	S
Mejorar la calidad estándar (sanitaria)	Industrial	C	C	C	S
Afirmar la especificidad del producto y del patrimonio local	Doméstico estricto	C	C	S	S
Proteger legalmente la denominación quesera	Doméstico – <i>proprietary</i>	C	C	C	C
Promover el desarrollo territorial (más allá del sector quesero)	Cívico	C	C	A	A

S = superficial; C = Concreta; A = Ausente

Tabla 23: Articulación entre las diferentes motivaciones en los procesos de calificación de tres quesos tradicionales (elaboración propia)

Se puede constatar que no hay equilibrio, sino que por definición la articulación entre diferentes lógicas es inestable, y puede variar entre varios “polos”. Se suceden una serie de “encastramientos” y “desencastramientos” más o menos rápidos de los individuos y grupos, en diferentes lógicas y redes. Esa inestabilidad es a la vez un freno, pero puede verse también como un factor o un síntoma de algo activo, creativo, en movimiento. En efecto, si el proceso del queso Cotija es el más complejo, es también el que dio mayores resultados. Sin embargo, la interacción entre diferentes motivaciones, lógicas e intereses, ese choque entre identidades, puede ser regulada a través de una serie de “pruebas” (Boltanski y Thévenot, 1991; Boltanski y Chiapello, 1999), que deben llevar a evitar la confusión y dar mayor estabilidad a un consenso. Por ejemplo, en Francia, el sistema de IG se basa en reglas constitucionales y de elección colectiva que establecen un conjunto de pruebas que enmarcan las confrontaciones entre diferentes puntos de vista. De esta manera, aun que la situación sea también objeto de confusiones y tensiones (véase por ejemplo en Moity-Maizi y Amilien, 2008³⁸⁰), se logra obtener consensos más o menos estables, reconocidos por todos. En efecto, aun que no les satisfagan el consenso, su legitimidad se asienta en este conjunto de pruebas, que es él mismo considerado como legítimo. Eso permite a los actores, en particular los productores, de apropiarse

³⁸⁰En la DO del queso Ossau-Iraty, la identidad profesional de los productores-queseros, que defienden una forma de producir más tradicional, se enfrenta a la de los productores que entregan su leche a la agroindustria, en base a un modelo más intensivo y estandarizado de producción (Moity-Maizi y Amilien, 2008).

más fácilmente del proceso, dándole más coherencia y más claridad entre las diferentes metas, motivaciones y lógicas posibles.

Pero cuando hacen falta pruebas (o más bien hacen falta pruebas legítimas reconocidas), la situación se vuelve rápidamente confusa. Se confrontan y a veces oponen las estrategias individuales entre ellas, y con las estrategias colectivas. La competencia (en ese caso, la competencia entre proyectos, ideologías,...) tiende a prevalecer sobre la cooperación, aun que se presente la IG como un proyecto colectivo. De hecho, emerge difícilmente una finalidad propia al colectivo que maneja la IG. El establecimiento de un consenso depende entonces sobre todo de las relaciones de poder, de las capacidades y de los recursos estratégicos de cada actor. El más fuerte, el más activo, tiende a imponer su visión, su "propio consenso". De esta manera, en un mismo contexto, caracterizado en el sector de los quesos tradicionales mexicanos por costumbres individualistas, algunas experiencias logran formar un consenso más amplio, más inclusivo, mientras otras fracasan, o se concluyen por exclusiones y conflictos; es lo que había constatado Bianchi, citado por Requier-Desjardins(2004), para acciones colectivas. El factor personal influye entonces bastante, en particular la personalidad y las motivaciones de los líderes. Si el caso del queso Cotija se volvió un caso ejemplar (por lo menos hasta que se despierten conflictos), atrayendo muchos actores diferentes, se explica en particular por la energía de los 3A para sostener, con buenas y malas, el proceso, y seguir avanzando en varios aspectos. Fue a través de su acción que emergió una finalidad común, que estructuró el proyecto de MC del queso Cotija, y el proceso de calificación en general. Sin embargo, los límites de esa personalización se alcanzan cuando la dinámica del proceso depende de algunos, y en particular no es apropiada por los productores.

Las acciones colectivas que movilizan actores públicos y privados se aparentan a menudo en México a una relación de clientelismo, donde más que los problemas reales, las competencias de cada uno, lo que cuenta son las redes políticas (a nivel local y estatal en particular), los beneficios políticos (y los discursos) y los intereses individuales. Más allá de la propuesta y consolidación de una nueva modalidad de valorizar los productos tradicionales, en general no se pone en tela de juicio el tipo dominante de relaciones entre los diferentes sectores de la sociedad. Un proyecto como el queso Cotija, que propone romper las fronteras políticas, administrativas, e institucionales, al mismo tiempo que plantea un nuevo paradigma del desarrollo y de relaciones entre el Estado y el sector productivo, encuentra obviamente muchas barreras en el camino. Barreras externas, pero también internas, por las inercias y el peso de las costumbres, que hace que de alguna manera aun las víctimas de un estado de cosas pueden participar en su reproducción.

Por otra parte, esa situación que favorece las relaciones de fuerza puede crear asimetrías (o más bien reproducir y consolidar esas asimetrías) entre los productores. Del lado de la Costa de Chiapas, los pequeños productores de queso temen que los más grandes se sacan lo bueno del proyecto:

“Lo nuestro es poco, más va a beneficiar a las grandes queserías. El apoyo del gobierno siempre va a las grandes queserías; los pequeños quedamos atrás, sin apoyo, o a lo mejor se sirven de nosotros para conseguir apoyos. Deberíamos más bien reunirnos entre pequeños”. (Entrevista con un quesero, Mapastepec, 2008)

Además, como los grandes productores son generalmente los que más se implican activamente en las reuniones y en el proceso en general, hay un riesgo que el punto de vista y la situación peculiar de los pequeños productores sean subrepresentados.

En un contexto de falta de reglas constitucionales y de elección colectiva para el manejo de un bien común (Ostrom, 1990), las reglas operacionales que emergen, se legitiman e institucionalizan, y los demás resultados e impactos de la construcción de una IG, dependerán entonces en primer lugar de relación de fuerzas. La calificación, entendida como la definición de los recursos incorporados en un producto, y de las modalidades de su manejo, uso y valorización, se vincula de esta manera al contexto local, y al resultado de las “pruebas de fuerza” entre actores.

6.3 Resultados e impactos de los procesos de calificación

En este último párrafo, se analizará los resultados e impactos que han tenido la construcción de una IG a nivel de los sistemas productivos locales. Sin embargo, como ya se mencionó, ese trabajo no se dio como meta central analizar los impactos de las MC. De un lado, porque dado el carácter informal de los sistemas analizados, es a menudo difícil encontrar datos y estudios previos sobre los cuales basar una comparación de los impactos *ante-IG* y *post-IG*. Además, los casos estudiados son muy recientes, incluso en transcurso. Las MC de queso Cotija y queso Bola de Ocosingo apenas se estaba empezando a utilizar en el mercado. Sin embargo, lo que es posible es analizar algunos resultados de la construcción de las IG en términos de nuevos dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos, en función de la naturaleza del consenso logrado; costos del proceso; apropiación de la IG por los actores y adecuación de las reglas; el papel de los mediadores; y algunas perspectivas, en particular en cuanto al desarrollo local.

6.3.1 La emergencia de nuevas reglas operacionales: derechos, inclusión y exclusión

Los procesos de construcción de una IG son objetos de diversos conflictos de apropiación, tanto a nivel interno como externo. A nivel interno, se oponen diferentes maneras de concebir los objetivos y la operacionalización de la IG, diferentes conceptos de la calidad del producto, de los recursos que deben incorporar, de los derechos de uso. A nivel externo, el proyecto de calificación puede dar lugar a una oposición entre los actores locales y actores externos para la apropiación del producto tradicional, en particular a través de la cuestión del uso de su denominación. Resolver esas tensiones es la razón de ser de mecanismos de regulaciones. Es en ese sentido que se establecen por ejemplo las reglas operacionales de delimitación y reglas de uso de una IG, que constituyen nuevos dispositivos institucionales que legitiman conocimientos, técnicas y prácticas comerciales.

Dado el carácter incompleto del marco legal y administrativo, es más bien a través de reglas constitucionales y de elección colectiva "*de facto*" que se construyeron las tres MC. Los objetivos, competencias y funciones de cada participante no fueron precisamente definidos, lo cual volvió aun más complejo el proceso de negociación y la obtención de un consenso estable y equilibrado (Barjolle y Sylvander, 2002). Por ejemplo, el rechazo de la DO del queso Cotija no dio lugar a ningún documento oficial justificando tal decisión, ni a una publicación de la solicitud como lo plantea la ley. Los argumentos del IMPI no eran claros: carácter genérico de la denominación quesero "Cotija", escasa organización de los productores, necesidad de una NOM y de un consejo regulador, u otros. La posición del IMPI en ese caso revela más bien su molestia frente a las solicitudes de DO para producciones alimenticias artesanales y tradicionales. Tal contexto nacional no es favorable a la

emergencia de dispositivos institucionales adecuados a nivel local, en los proyecto de IG. La capacidad de activar redes y recursos políticos tuvieron entonces un papel clave para lograr imponer reglas operacionales y reglas de elección colectivas. De hecho, el IMPI tomó sus decisiones en función de la capacidad de influencia y del cabildeo de los actores. Se debe tomar en cuenta esos elementos contextuales para hacer un balance sobre los resultados de las IG.

La Tabla 24 ilustra el cambio en términos de reglas operacionales que caracterizan la MC “Queso Cotija Región de origen”, y la tabla <25 para la MC “Queso Bola de Ocosingo-Chiapas”:

Tipos de derechos	Situación ex ante	Situación ex post
Derechos de acceso a la denominación	<i>De facto</i> : libre uso de la denominación “Cotija” y “tipo Cotija”	<i>De jure</i> : sólo los miembros de la ARPQC pueden utilizar la MC « Cotija Región de origen ». Pero <i>de facto</i> , la MC no protege ni impide a otros productores el uso de la denominación “Cotija”, que siguen considerada como genérica.
Derechos de uso (reglas de uso – condiciones de producción y área delimitada)	<i>De facto</i> : en la Sierra de Jalmich, producción limitada por los recursos disponibles y enmarcada por las tradiciones familiares y regionales, bastante homogéneas pero con variaciones (tamaño,...). Fuera del área, para queso tipo Cotija, se aplican las reglas de jure comunes al sector quesero (normas); aunque en realidad se aplican reglas de facto, pues se toleran productos fuera de la norma.	<i>De jure</i> : el uso de la MC impone seguir las reglas de uso (localización, procesos,...) bajo la vigilancia de la ARPQC. Las reglas designan la PSJ como encargada del control. Integran elementos desde la producción primario hasta la comercialización, bajo el modelo de DO. Pero el uso de la denominación “Cotija” sigue libre, sin reglas ni normas a respetar más que las normas oficiales para la producción de queso.

Tabla 24: Evolución de las reglas operacionales para el uso de la denominación quesera

Tipos de derechos	Situación ex ante	Situación ex post
Derechos de acceso a la denominación	<i>De facto</i> : libre uso de la denominación “Bola de Ocosingo”	<i>De jure</i> : sólo los miembros de la SAIQO pueden utilizar la MC « Queso Bola de Ocosingo Chiapas ». Pero <i>de facto</i> , la MC no protege ni impide a otros productores el uso de la denominación “Bola” o Bola de Ocosingo (dado que se supone que una MC no puede amparar una denominación geográfica)
Derechos de uso (reglas de uso – condiciones de producción y área delimitada)	<i>De facto</i> : en la zona, diversidad de las maneras de hacer queso Bola; pero existe un tipo – ideal más difundido y aceptado Fuera del área, se aplican las reglas <i>de jure</i> comunes al sector quesero (normas); aunque en realidad se aplican reglas de facto, pues se toleran productos fuera de norma.	<i>De jure</i> : el uso de la MC impone seguir las reglas de uso (localización,...) bajo la vigilancia de la ARPQC. Las reglas designan la UTS como encargada del control. Integran pocos elementos sobre elaboración del queso. .

Tabla 25: Evolución de las reglas operacionales para el uso de la denominación quesera del queso Bola de Ocosingo

Así, comparado a los objetivos y motivaciones iniciales, que incluyan en particular la protección de la denominación quesera, la meta no fue cumplida totalmente. En efecto, la denominación Cotija sigue genérica, siendo reservada nada más la denominación “Cotija Región de Origen”. Para el queso Bola, la situación es ambigua. En efecto, la MC ampara la denominación “Queso Bola de Ocosingo – Chiapas”, lo que supone su exclusividad; pero en los hechos, el IMPI explicó a los productores que esa protección no era efectiva.

En ambos casos, por la naturaleza misma de la figura jurídica, el acceso a la MC (y al reconocimiento que puede conllevar), así como su manejo (incluyendo la posibilidad de modificarla) queda reservada a las asociaciones de productores titulares de la MC. Esas asociaciones pueden, libremente, elegir a quien incluye y a quien excluye en la asociación. De hecho, en el caso del queso de Bola, quedan al margen 6 de los 9 productores, y la SAIQO está bastante cerrada a la idea de aceptar nuevos socios (que además deberían pagar una cuota equivalente a 25 000 pesos de 2004). En el caso del queso Cotija, la ARPQC ha sido hasta ahora bastante abierta e incluyente, pero los productores empezaban a discutir sobre la posibilidad o no de dejar entrar nuevos socios, y de elevar la cuota. Eso plantea la cuestión de la legitimidad de la MC para regular una IG como bien público local. Según esa concepción, se debe dejar la puerta abierta para nuevos productores, ya que supuestamente la IG es un signo de calidad referido a un territorio, no a un grupo ni un individuo. En ese sentido la MC no es una figura jurídica adecuada. Es una protección comercial, cuya diferencia con una marca individual es de ser compartida dentro de un grupo, según ciertos criterios que ellos mismos fijan. Al contrario, una indicación geográfica como las DO, no es solamente un derecho de propiedad intelectual, y parece *a priori* más en adecuación con el manejo de un bien público local, de un patrimonio colectivo territorial. En fin, si las IG son señales de calidad, la información sobre el producto debe ser accesible. Para las MC, el conocimiento de las reglas de uso para el consumidor depende de la asociación, y no es objeto de una declaración y publicación oficial, como en el caso de las DO.

Se puede también discutir sobre el contenido mismo de las reglas. Se analizaron las lógicas y los procesos que dominaron en las negociaciones. Los dos casos (Cotija y Ocosingo) ilustran dos posturas opuestas. Hirczak (2007) explicó, en el caso de las denominaciones de origen de quesos franceses, que las DO de zonas de montaña eran más vinculada con el territorio, al medio ambiente, en comparación con las DO de zonas de valles y planicies, más vinculadas al modelo productivista. Si en los casos analizados la situación geográfica, histórica y tecnológica podría explicar parte de las diferencias, es sobre todo el planteamiento inicial de la IG que distinguen los dos casos. En el caso del queso Cotija, las reglas de uso son detalladas, incluyendo una descripción y delimitación fina del

territorio, de los sistemas ganaderos, de la elaboración del queso, de su comercialización,... Vinculan de esta manera la MC con la preservación y valorización no solamente de un producto, sino también de todo el sistema productivo ranchero, en su especificidad y complejidad. Son típicamente el fruto de una concepción multifactorial y sistémica de la justificación del vínculo con el territorio (Dorioz *et al.*, 2000; Thomas y The Anh, 2009), que toma en cuenta el carácter “trascendental” de la calidad territorial (Allaire, 2002), del queso tradicional como un bien colectivo complejo (Linck, 2006). Institucionaliza una relación, ya establecida previamente, entre el producto, el territorio y la sociedad local, fundamento del carácter “tradicional” de una producción.

A la inversa, las reglas de uso de la MC del queso Bola de Ocosingo son bastante superficiales y poco explícitas. La zona delimitada no es claramente delimitada (“región de Ocosingo”), y la cuestión de la producción de leche apenas evocada. Eso no significa que el queso Bola producido y vendido con esa MC sea diferente al anterior, o de menor calidad que otros. Sin embargo, significa que la MC, con sus reglas, no constituye ninguna garantía sobre la calidad del queso, en particular en sus dimensiones específicas. Definen sobre todo una modalidad de apropiación del queso Bola de Ocosingo por una asociación, por un “club” en el sentido de Buchanan (1965) y de la teoría de los bienes club. Esa situación se vincula con la forma de justificar el vínculo al lugar, bajo una concepción monofactorial, la cual en ese caso se basa únicamente en la reputación de un producto, de su denominación, que se busca reservar. Como Thomas y The Anh (2009: 3) lo constataron, las IG sentadas en esa lógica ya no se distinguen del derecho de marcas, siendo reducidas a una imagen de marca³⁸¹.

Los dos casos tienen en común el problema del control de la aplicación de las reglas de uso. De hecho, aunque atribuyen una función de vigilancia a diferentes organismos en sus reglas de uso (la PSJ; y la UTS), no hay detalles sobre la aplicación concreta de un esquema de control. En el caso del queso Cotija, este esquema sigue todavía en construcción, y los 3A han planteado varias estrategias: a través la PSJ, a través una estructura de comercialización, formando un consejo regulador. Por su parte, los productores, si se preocupen en general de que se respete las reglas, no tienen realmente una estrategia; incluso algunos quieren comercializar con la marca quesos fuera de las reglas de uso (menos de 2 meses de maduración, tamaño, etc.). Si por el momento, se ha “jugado con el orgullo de los productores” para fomentar el respeto de las reglas y el mejoramiento de la calidad, podría ser insuficiente, especialmente al integrar mercados más formales y exigentes. En el caso del queso Bola,

³⁸¹ Según el borrador de las reglas de uso del queso de poro de Balancan, sería un caso intermediario entre los dos casos, pues de hecho retoma (incluso textualmente) elementos de las reglas de las MC del queso Cotija y del queso Bola de Ocosingo. Faltaría consultar las reglas de uso efectivas y compararla, pero desgraciadamente no se pudo en el marco de ese trabajo.

la cuestión del control no es realmente tomada en cuenta, aunque se había atribuido ese papel a la “UTS o el organismo designado”. De hecho, dado que la producción se concentró ahora en una sola fábrica, no tiene realmente sentido un esquema de control, pues los productores hacen las reglas, se auto regulan y se auto controlan.

Los cambios vinculados con los procesos de calificación de una IG no fueron nada más de naturaleza institucional, con la conformación de nuevas reglas operacionales. Se modificaron los dispositivos cognitivos y técnicos propios a cada sistema, modificaciones que deben pensarse a partir de la estrecha articulación entre las dimensiones institucionales, cognitivas y técnicas de la apropiación de un queso tradicional como bien colectivo patrimonial.

6.3.2 Adecuación de las reglas con la realidad: dispositivos cognitivos y técnicos

Los planteamientos y el hilo conductor de los dos casos de MC ya registrados presentan diferencias fundamentalmente, que también resaltan a nivel de los dispositivos cognitivos. En el caso del queso Bola de Ocosingo, las interacciones entre diferentes actores (en particular a través de las visitas de Salubridad, y las capacitaciones organizadas por ese organismo o por la UTS), dieron lugar a una relación asimétrica entre dos sistemas cognitivos (el tradicional tácito, y el convencional técnico). En efecto, se impuso una visión apoyada en el mundo industrial, que define la racionalidad a partir de los principios de estandarización del producto. Concretamente, en los dispositivos técnicos, se impuso prácticas como la pasteurización, se concentró la producción de la asociación en una misma quesería, con la idea que con una MC se debía homogeneizar la producción, e incluso eliminar las variaciones propias a cada quesería. Esa visión también se difundió parcialmente en queserías que no están en la SAIQO. El involucramiento de Salubridad en el proyecto del queso Crema podría dejar pensar que se conocerá un destino similar; además, los productores de la Costa están mucho más relacionados con canales de difusión de conocimientos y tecnologías basados en un modelo industrial: proveedores de insumos (leche en polvo, grasa vegetal, etc.), actores de la cadena quesera nacional (que pueden incentivarlos a utilizar otros ingredientes que la leche natural, para disminuir sus costos), centros de capacitaciones sobre tecnología quesera, ... (véase en la monografía 3). Sin embargo los productores parecían más decididos en ese caso (por lo menos en sus discursos) para defender su modelo cognitivo y técnico, y podrán tal vez contar en el apoyo del grupo de investigadores de Chapingo, o del catador, para hacer valer otro modelo. Además, no se planteaba en este caso una colectivización de la producción.

En el caso del queso Cotija, la construcción de la IG, en particular de las reglas de uso, dio lugar a una hibridación entre saberes científicos y técnicos (entre ciencias sociales y ciencias biotécnicas), y por otro lado entre esos saberes y los saberes tradicionales, empíricos y tácitos de los productores³⁸². Esa interacción condujo a un enriquecimiento mutuo y bastante consensual de las diferentes formas de saberes. Los productores implementaron nuevas prácticas, nuevos equipos y sobre todo nuevas maneras de hacer (plasmados también en sus discursos), para lograr en particular mayor calidad sanitaria, sin afectar la calidad tradicional. Como lo explicó PC, *“el 95% de las respuestas a esos problemas [sanitarios] es la misma conciencia del productor”* (Entrevista con PC, Guadalajara, 2007), más que la implementación de nuevas técnicas.

Ese proceso de hibridación contribuyó también a revelar y formalizar los saberes tradicionales, e institucionalizarlos a través las reglas de uso; lo cual es sin embargo siempre objeto de obstáculos y debates, para saber hasta qué nivel de detalle se debe llegar, cual margen de tolerancia dejar (en particular cuando se tratan de reglas de uso, que supuestamente deben ser aplicables y controlables³⁸³). Esos debates se reactivaron a la hora de conformar la NMX. De un lado, dio lugar a una confrontación ahora directa con la administración sanitaria, a través de la oposición de COFEPRIS. Esa oposición tuvo como virtud abrir realmente, de forma política y pública, un debate sobre la cuestión de los productores artesanales y de la pasteurización, realidad que concierne solamente la mitad de la producción de quesos en México... Permitió también confrontar la construcción híbrida que dio lugar a las reglas de uso con la lógica y la sintaxis de la normalización. Se implicaron también directamente productores en las reuniones, de manera independiente, aunque su participación no fue seguida, pero mostró cierta voluntad a la vez de apropiarse más del proceso.

Los procesos de cambios cognitivos y técnicos analizados se relacionan con diversos problemas, que pueden aplicarse de hecho a la cuestión de la valorización y calificación de todos los productos tradicionales por sellos de calidad territorial. De un lado, definir reglas de uso, modelizar e institucionalizar saber-hacer tradicionales conlleva necesariamente un fenómeno de selección y exclusión. Sin embargo, retomando elementos analíticos de Boltanski y Chiapello (1999), se constata que la exclusión puede ser más o menos drástica, según que se traté de una codificación de las prácticas, o de una estandarización. La comparación entre el ejemplo del queso Bola y del queso Cotija ilustra la diferencia entre esas dos lógicas. Tratándose de una codificación, se busca definir los elementos (recursos, técnicas, prácticas, etc.) claves, que definen el tipo del queso, pero dejan

³⁸² Se incluyen aquí, además de los saberes, la cuestión de las competencias.

³⁸³ De hecho es probable que aparecerán nuevos debates y eventuales oposiciones a la hora de aplicar los controles de la MC.

ciertos márgenes para la expresión del saber-hacer propio de cada productor. A la vez, se matiza la reflexión técnica por las constricciones sociales, económicas, y otras que caracterizan los sistemas productivos. Los criterios de definición de un producto tradicional no son pre-definidos y constantes de un caso al otro, sino que dependen de una capacidad de conceptualizar la calidad territorial en su dimensión sistémica; lo cual requiere recursos cognitivos (conocimientos, competencias, etc.), y también financieros (para pagar los estudios). La elaboración de las reglas de uso de la MC del queso Cotija se enmarca en esa dinámica de codificación.

En el caso del queso Bola, las reglas de uso definen condiciones estrictas (peso, composición, diámetro), definidas por la UTS con los productores, pero a la vez también muy imprecisos, lo cual no llevan tanto en sí a la estandarización. Son a finales más bien los nuevos dispositivos técnicos (la pasteurización y la quesería colectiva) que son los motores de la estandarización, más que las reglas de uso. En ese caso, la dimensión sistémica y compleja de la calidad, así como las interdependencias entre sistemas técnicos, económicos y sociales se dejaron de lado, a favor de una visión unilateral de la calidad, que podría a mediano plazo conducir a transformaciones importantes y drásticas en el sistema productivo local, y su trayectoria de desarrollo. Esa visión no es necesariamente la muestra de malas intenciones por parte de ciertos actores del gobierno u otros tipos de actores. Es más bien, como se vio en el caso del IMPI, el reflejo de una visión dominante, y de la falta de competencias y medios (capital humano, financiamiento, organismos) para abordar y apoyar la cuestión de los quesos tradicionales en particular, y de los alimentos artesanales y tradicionales en general.

En fin, el reto que plantea la cuestión cognitiva no es solamente encontrar un equilibrio entre los diferentes tipos de saberes, y maneras de concebir la calidad, y su control. Implica también encontrar un equilibrio entre el nivel de especificación de la calidad del producto (territorio delimitado, u otros elementos), el grado de precisión de las reglas, y por otra parte la capacidad del sello de transmitir esa información, y la capacidad y disponibilidad del mercado y del consumidor para recibir, procesar y valorizarla. Eso se relaciona a la cuestión de la inserción de las IG en el mercado, asunto que no se ha abordado en esa tesis, pero que merecería un estudio minucioso.

La emergencia de nuevos dispositivos, en el marco de una IG, es algo que cuesta a los actores. En efecto, construir una IG, negociar, hacer estudios, diseñar reglas, protegerles oficialmente, valorizar una MC, todo eso tiene un costo, no solamente financiero, sino también requiere de inversiones en tiempo, recursos humanos y otros aspectos.

6.3.3 Distribución de los costos de la construcción de una IG

Oficialmente, solicitar una MC o una DO tiene un costo bastante reducido (de respectivamente 2,500 pesos y 1,600 pesos, según las tarifas vigentes en 2008). Pero en los hechos, los costos son mucho más elevados, en tiempo y en dinero, en una situación de incertidumbre en cuanto a los procedimientos a seguir: preparación y constitución de la solicitud, elaboración de las reglas de uso (en base a estudios técnicos, sociales...), numerosas reuniones en las oficinas regionales y centrales del IMPI, asesoría por abogados, etc. Los productores no tienen siempre los recursos cognitivos y financieros necesarios para llevar a cabo ese proceso, por lo cual requieren el apoyo de asesores y organismos públicos (gobiernos estatales, académicos, etc.), como se vio anteriormente.

A menudo, es también el tiempo que les hace falta. Así, para los productores de la Sierra de Jalmich, ir al centro urbano más cercano puede representar un viaje de hasta 4 horas. Es difícil para ellos reunirse; y aun más ir a reuniones a Guadalajara o México, para los cuales deben viajar otras 4 o 8 horas. Además, durante la temporada de lluvias, la carga de trabajo no deja mucho tiempo para asistir a reuniones. En los demás casos, la situación es también difícil, aunque los productores no están tan aislados como en la Sierra de Jalmich. En el caso del queso Bola, todos los queseros están en el mismo pueblo, lo cual facilita por lo menos las reuniones de la asociación. Además, la SDC tiene una oficina en Ocosingo, y las reuniones con la SDC se daban a menudo a nivel local. Para el queso Crema, la situación es un poco más compleja, dado que el proyecto tiene una dimensión estatal. Pero gracias a una organización por cuenca regional, se facilitó la participación a las reuniones (regionales), y mandando a un representante de la región en las reuniones estatales.

Por otra parte, los representantes deben utilizar medios financieros propios; en efecto, las asociaciones no disponen de fondos propios, que les permitan asegurar su funcionamiento, y en particular los gastos de sus representantes. Es en particular el caso en la ARPQC y en la Costa de Chiapas. De hecho, esta situación desanimó al primer presidente de la ARPQC:

“Como presidente, necesito un vehículo para trasladarme, o por lo menos que me den para mis gastos, para moverme más, y más motivar a la gente (...). Quiero dejar la presidencia a otro, para dedicarme de nuevo a mi trabajo, y no gastar el dinero en lugar de ganarlo. (...) Se va desplomando el rancho, por los viajes, reuniones, pero alguien debe hacerlo”. (Entrevista con un quesero, Cotija, 2007)

Para el queso Cotija, los productores hicieron un aporte de 500 pesos, como cuota para entrar en la ARPQC. Se planteaba pagar una cuota del mismo orden en el caso del queso Crema. Estas cuotas sirven para pagar el notario para la constitución de la asociación, el costo de la MC, y algunos gastos (contador, etc.), pero es insuficiente para el funcionamiento mismo de las asociaciones. La ventaja es que permite dejar abierto el acceso a la asociación, pero al mismo tiempo frena sus acciones. Varias

formas de financiamiento serian posible y han sido parcialmente discutidas: una cuota por Kg. vendido con la marca (pero a condición de que se venda queso con la MC), una cuota anual, etc. También se podría solicitar apoyos públicos, aunque esta opción sea bastante incierta e inestable.

En Ocosingo, los socios pagaron una cuota inicial de 25 000 pesos para entrar en la SAIQO. Este monto financió en particular parte de la inversión en la quesería colectiva. Ese costo es bastante elevado, y corresponde más bien de hecho en la inversión en un bien de club, colectivo pero al final privado (no público). Al contrario, los costos que implican una IG, que luego es utilizada por muchos (y no solamente los que participaron en su construcción), representan una inversión en un bien público local; por lo tanto, el interés en invertir de los actores puede ser inferior, como lo muestran los trabajos sobre la acción colectiva y los bienes públicos (véase en particular Olson, 1971). En efecto, como lo mencionó un productor de queso Cotija, todos sacan provecho del proceso, de los mejores precios, de la fama, aun los que no participaron. Esto justifica que el Estado participe significativamente en el financiamiento de tales procesos (estudios, apoyo a la organización, etcétera), dado su carácter de bien público, y establezca un esquema de apoyos legibles, adecuados y suficientemente estables para un proceso que requiere varios años para desempeñarse. Además, queda aún pendiente la cuestión de los costos de control/certificación.

Además de los costos directos de la construcción de la IG, existen otros costos relacionados. Por ejemplo, en el caso del queso Bola, se invirtió en una quesería colectiva, con el apoyo significativo del gobierno (más o menos el 70% de la inversión). En paralelo, la SDC y SEDESOL apoyaron individualmente a los productores de Ocosingo (pero nada más los de la asociación) para sus propias queserías. La SDC apoyó con el diseño de la marca colectiva, y el diseño y registro de marcas individuales (también en el marco del proyecto del queso Crema). Financió también la participación de los productores en diferentes ferias, en particular la expo feria anual en Tuxtla-Gutiérrez, así como la feria del queso de Ocosingo. Así, ha realizado inversiones bastante fuertes, dedicadas en particular a la promoción. Por otra parte, la UTS financió parte de sus trabajos sobre el queso con los fondos de un programa de investigación. Además de los apoyos de la SDC, el proyecto del queso Crema de Chiapas podrá contar con un financiamiento de la fundación Produce Chiapas, quien financiara parte de las investigaciones realizados por el grupo de Chapingo (además de fondos movilizados por esa misma institución).

En el caso del queso Cotija, los costos indirectos fueron bastante elevados, dado los esfuerzos realizados para mejorar la calidad, a través la construcción de galeras para ordeñar, de talleres queseros, de equipos de acero inoxidable, etcétera. Sin embargo, no todos los productores han hecho esas inversiones, y la mayor parte que lo hicieron beneficiaron de un apoyo del gobierno

(véase en la monografía 1). Esos apoyos sirvieron en general de manera individual (por ejemplo para conseguir más ganado). Se obtuvieron por otra parte algunos apoyos para las infraestructuras colectivas, en particular los caminos. Los productores pagaron también los costos vinculados al control de la brucelosis y tuberculosis; de hecho, 40 productores tienen ya un certificado de hato libre. Además, los productores invirtieron de su tiempo (y con sus gastos de viaje) para participar en reuniones, catas, entregar muestras, ir a ferias, etc. La inversión financiera directa más importante de los productores, junto con sus ayuntamientos, fue en el marco del proyecto Gran Alianza, el cual al final no dio resultado, aunque algunos pudieron recuperar por lo menos la cuota invertida.

En cuanto a los diversos estudios realizados por el CIATEJ, el Colmich y la UNAM, fueron financiados gracias a diferentes programas de investigación, en particular vía CONACYT. Sirvieron de hecho también para financiar las solicitudes de MC y DO, así como varias publicaciones, videos, estudios. El gobierno de Michoacán ha apoyado también significativamente a la PSJ y la ARPQC en sus diferentes acciones. Por otra parte, para constituir el expediente de solicitud para un apoyo “útil” (por ejemplo para financiar un centro de acopio), se requiere a menudo pagar un estudio previo de factibilidad hecho por un consultor (bastante costoso en general; y sin garantía de conseguir el apoyo), estudio que también puede ser en parte apoyado por el gobierno. En fin, la obtención de apoyos, necesarios, que sea para sostener al sector productivo pero sobre todo para llevar a cabo un proceso de calificación (especialmente cuando se plantea a mediano y largo plazo), requiere mucho tiempo, dedicación, y paciencia. EB menciona la “tramitología” como una ciencia necesaria para avanzar en ese sentido; pues no hay claridad en los apoyos, las condiciones son a menudo inadecuadas (tasas de intereses de los créditos para apoyo a empresas artesanales, requisitos de estudio, plazos, y otras reglas de operaciones), y las fuentes posibles son muy dispersas e inestables (cambian los programas y enfoques de un año al otro). Además, no existen apoyos específicamente dedicados a las agroindustrias artesanales y tradicionales, y aun menos a la cuestión de las indicaciones geográficas. En ese caso, las relaciones personales cuentan mucho, entre personas que comparten una misma visión y motivación, o, algo común en México, en relaciones de clientelas.

La disposición de los productores a invertir tiempo y dinero se puede vincular también con su relación, su representación del proceso de construcción de una IG, y del proceso de calificación en general. En procesos donde interactúan muchos actores de diferentes ámbitos, con intervenciones más o menos significativas en la emergencia de nuevos dispositivos institucionales, técnicos y cognitivos, se puede plantear la cuestión de la apropiación de los procesos de calificación por los diferentes actores, en particular los productores, de sus representaciones sobre la dimensión

patrimonial del producto, sobre sus tradiciones y su futuro, proyectado a través la construcción de una IG.

6.3.4 Las dimensiones personales de la acción colectiva de calificación: apropiación y mediación

La apropiación se entiende aquí de dos maneras: en el sentido de la capacidad de los actores de entender e involucrarse en los procesos, así como de internalizarlos en sus representaciones y sus acciones; y la capacidad de controlar el acceso y el manejo de un recurso, en este caso la IG.

6.3.4.1 Involucramiento, liderazgo y apropiación de las IG por parte de los productores

La cuestión de la apropiación del proceso se relaciona a la capacidad de los productores de actuar dentro de las arenas de calificación. Puede ser relacionada con diferentes tensiones y conflictos, a nivel interno y externo. Dado que las MC estaban al momento de la investigación poco utilizadas por los queseros, no han podido formarse una idea concreta que lo que se podía lograr con tal sello; por lo tanto se analizó su implicaciones y relación con la MC a través el análisis de sus discursos, practicas y estrategias su involucramiento en la IG y su apropiación.

En el caso de Ocosingo, el hecho que la MC implique pocos productores, con medios de producción y recursos y visiones bastante similares, facilitó la coordinación y el proceso. Los productores se apropiaron entonces bastante bien de un proceso, que además era “sencillo”. En efecto, no dio lugar a una confrontación y composición entre diferentes motivaciones y posiciones, sino que se basa en una propuesta: la apropiación por parte de la SAIQO de la denominación quesera, desvinculada de los recursos territoriales que especifican el producto. En este sentido, la IG fue más bien un proceso de despatrimonialización o desconstrucción patrimonial (lo cual no significa que necesariamente cambió el queso en sus calidades, sino que pierde su esencia patrimonial). Esa apropiación privada colectiva dejó afuera los demás productores. Hubo pocos conflictos abiertos en las SAIQO y los otros productores, excepto en dos casos, donde se salieron o fueron excluidos de la asociación dos productores. De tal manera, a través de modo de gobernanza que podemos calificar de consensual (Linck, 2007; 2008), donde los productores tuvieron la elección entre seguir el modelo impuesto por pruebas de fuerza (Boltanski y Chiapello, 1999) dentro del grupo de productores, mantenerse al margen, o ser excluidos.

En la Sierra de Jalmich, el proceso fue más complejo, y la implicación de los productores en la construcción de la IG, así como diversos otros proyectos relacionados, fue a veces superficial. En un proceso complejo, multidimensional, oponiendo en particular en un conflicto para la apropiación del

queso Cotija los productores de la Sierra y los productores de queso tipo Cotija (apoyado por el IMPI a través de su decisión de rechazar la DO) (Barragán *et al.*, 2010), han sido a menudo poco implicados en las negociaciones, discusiones, luchas, que manejaron sobre todo los 3A, a través de la PSJ. Por otro lado, se hacían pocas reuniones³⁸⁴, y a menudo sólo venían en los encuentros los que radicaban a proximidad del lugar de reunión. No hubo continuidad, ni seguimiento. Aunque el impulso y liderazgo de los 3A permitió avanzar más rápidamente y ha tenido varios impactos positivos, y que nunca se hizo con la idea de apartar los productores, esa situación plantea el problema de la internalización del proceso de calificación por los productores. De un lado, la calificación del queso Cotija, materializada en la MC, parte concretamente de una lógica de patrimonialización, al reconocer y destacar la dimensión compleja y colectiva del queso Cotija, y su vínculo con un sistema de recursos territoriales. Considera el queso Cotija como un bien colectivo, un patrimonio estrechamente vinculado con el territorio (y sus recursos). Sin embargo, si esa dimensión no es internalizada por los productores, se debe interrogar la tensión que existe entre esa dimensión patrimonial y la lógica mercantil, más oportunista, de aprovechar la fama y la denominación del producto, sin necesariamente seguir las reglas (dado además el problema del control). De algún manera, tras el lema de “la costumbre convertida en regla”, el problema podría ser ahora que (el respeto de) la regla se convierte en una tradición.

En un primer tiempo no hubo problemas, pero cuando empezó a aparecer desconfianza y conflictos entre productores y sus asesores, se puso en tela de juicio toda la estabilidad del proceso de calificación y su capacidad a inscribirse en el tiempo. Sin embargo esa situación es muy heterogénea, pues los productores han tenido diferentes formas de internalizar y concebir el proceso. De hecho la ARPQC es también objeto de divisiones y tensiones, que limitan la implicación de los productores y su identificación a un colectivo. Por las distancias que los separan, los productores no se sienten parte de la misma unidad, y muchos dicen que “*el verdadero queso, es el de aquí*”. Si a menudo no hay realmente tensiones, falta sobre todo una voluntad de trabajar juntos. Algunos productores piensan que se debería organizar la ARPQC por secciones regionales. Es por ejemplo lo que se hace en Chiapas, con dos niveles de organización, estatal y por cuenca. Pero aun dentro de cada cuenca regional, falta lograr una visión común entre productores, pues los queseros dicen que el buen queso es que se hace en su municipio, o incluso en su comunidad, y que no es el mismo que al lado. Puede ser entonces difícil lograr un consenso, alrededor de reglas de uso comunes. Para facilitar eso, puede ser benéfica la presencia de líderes, a la vez respetados y comprometidos. Es por ejemplo lo que estaba pasando en la Costa de Chiapas, en la fase inicial que

³⁸⁴ Entre 2000 y 2003, había más reuniones, y más visitas de los 3A, que iban de rancho en rancho. Pero después, entre otros elementos con la ampliación de la ARPQC, disminuyó el ritmo de las reuniones, con solamente 2-3 reuniones anuales.

se observó. En el caso ocosinguense, la dimensión familiar de la SAIQO facilitó también la emergencia de un solo liderazgo. Pero en la Sierra de Jalmich, no emergió una forma de liderazgo consolidado entre los productores; la falta de preparación de los líderes puede explicarlo, como la baja cultura de acciones colectivas (o más bien de llevar asuntos de producción y comercialización de manera colectiva), así como la dificultad para involucrarse e internalizar un proceso colectivo. Además, los socios dejan las responsabilidades al presidente, esperan que se encargue de todo, pero a la vez no le apoyan, ni a nivel financiero (para cobrar los gastos vinculados a los proyectos) ni de otra forma. Según Barragán (1994), y según las entrevistas con los queseros, la figura del líder es incluso sospechoso en la cultura ranchera, pues siempre se asocia esa figura a una forma de oportunismo personal.

En fin, otro problema puede ser el poco dinamismo en la participación de los productores. Algunos tienen el sentimiento de no avanzar en las reuniones, durante las cuales pocos tienen una participación activa. Muchas veces no captan realmente el interés de reunirse, y hay problemas incluso de comunicación entre gente externa y productores (por ciertos modismos, maneras de hablar, etc.). Pocos productores se apropian de este espacio de diálogo e intercambio, que en unos casos puede volverse más bien un “espacio de monólogo”; lo cual ocurre también, tal vez de forma diferente y en menor medida, en los otros casos. Los asuntos claves para los rancheros son más bien tratados en pláticas y reuniones informales, o durante fiestas u otros eventos sociales, que corresponden más a las formas de sociabilidad de las sociedades que rancheras que el esquema de reuniones. También hay a veces problemas de cancelación al último momento de reuniones u otros eventos, lo cual desanima bastante a los productores (lo mismo se constató también en la Costa de Chiapas). A la vez, si no pasa nada, se quejan también (como pasa por ejemplo acerca del segundo presidente de la ARPQC). Dado esa falta de liderazgo, el manejo de la ARPQC nunca se independizó realmente de la PSJ y de los 3A. En la actualidad, no hay seguimiento en la asociación: los socios no hacen su contabilidad, no hay reglamento interno, y no hay un proyecto ni una finalidad común clara y apropiada por todos.

Como perspectivas para el queso Crema, existe por lo menos cierto potencial en cuanto al liderazgo, dentro de los productores. Sin embargo, dado la dimensión del proyecto, implicando productores de todo el estado de Chiapas, con situaciones muy diferentes, y tipo muy diferentes de queserías (en tamaño, y estrategias productivas, sobre todo), lograr formar un consenso equilibrado, y no tan excluyente, será un reto. De hecho, los productores de la SAIQO consideran que es difícil lograr algo similar con un proyecto de gran amplitud:

“Con lo del queso Chiapas, el objetivo también es tener una MC. Ahí no creo que funcione, porque cada quien lo va a hacer en su quesería. ¿Todos vamos a seguir las reglas de uso? Por ejemplo allá no lo hacen de doble crema, no tiene nada que ver con el queso de aquí. Voy a entrar para ver, pero no creo mucho que vaya a funcionar”. (Entrevista con un quesero, Ocosingo, 2009)

En ese sentido, el hecho de que sean pocos productores implicados (unos 45 en todo el estado) puede ser al final una ventaja, permitiendo avanzar con más agilidad, a condición de que emerjan líderes locales. Pero luego se planteará el problema de la integración de los demás, una vez logrado el avance. La cuestión efectivamente será saber ¿porqué el trabajo de algunos debería beneficiar a muchos? En ese sentido, si se quiere mantener el carácter público de la IG, deben intervenir diferentes formas de mediaciones para lograr una coordinación entre intereses propios (individuales) y colectivos.

6.3.4.2 Factores de estabilidad e inestabilidad en las IG: articulaciones y mediaciones

La cuestión de la calificación territorial remite a la problemática de la articulación entre acciones (y estrategias) individuales, colectivas, y públicas. Entre esos tres niveles, hay complementariedad, superposición y oposición. De un lado, se confrontan una lógica de producción doméstica e individual, incluso de desconfianza hacia lo colectivo (*“las sociedades son suciedades”*, según la expresión de un quesero de Ocosingo), con una lógica colectiva, de bien colectivo, territorial que destaca el concepto mismo de una IG. El cambio de una lógica a la otra no es evidente, pues no basta decir *“se requieren organizaciones”*. Se necesitan innovaciones y aprendizajes organizacionales e institucionales, y transformaciones que deben en primer lugar inscribirse en los esquemas cognitivos de los actores. Por lo tanto, esa transición pasa por la movilización de mediadores, humanos y no humanos, que acompañan y orientan esos cambios, y ayudan los actores a apropiárselos, a construirlos: leyes, reglamentos, organizaciones, líderes, apoyos financieros, etc. El mediador puede también tener a veces un papel de árbitro, entre varias opciones y formas de racionalidad (véase por ejemplo las diferentes motivaciones y posiciones sobre las IG). Dado además que la formación de un consenso entre varias lógicas, varias convenciones de calidad, es inestable y lleva tiempo, es necesario que a menudo que esa mediaciones sea también inscritas en el tiempo (Marescotti, 2002).

Este papel de mediador, en el caso de las IG, puede ser cumplido por un organismo público. Es por ejemplo el caso en Francia, con el Instituto Nacional del Origen y de la Calidad (INAO). La acción de mediación y arbitraje de este organismo se basa en este caso en reglamentos y procedimientos explicitados, comunes a todos los productos. Se supone que es objetiva, aunque no totalmente. En efecto, la acción del INAO, como los instrumentos movilizados y la manera de utilizarlos, es siempre vinculada con una postura y una voluntad política que les orienta. Últimamente, se integró el sistema

de IG dentro de la política de desarrollo territorial francés y europeo³⁸⁵. Más allá de la importancia ya destacada de las reglas constitucionales y de elección colectiva, los mediadores influyen significativamente en el diseño de una IG, en las motivaciones e intereses que incluyen y que a su vez impactan sus resultados e impactos. Es entonces en parte por la acción de los mediadores que los consensos locales encontrados en las arenas locales de la calificación, y sus consecuencias, por ejemplo en términos de desarrollo e innovaciones, son en gran parte vinculados a las dinámicas y dispositivos nacionales y globales.

En el caso mexicano, ese papel de mediador no es realmente cumplido por el Estado, o más bien de manera incompleta. En primer lugar porque no existe realmente un organismo dedicado y especializado en el asunto de las IG. Los procedimientos y reglamentos son incompletos e insuficientes, y sobre todo no se prevé nada para acompañar los solicitantes en el proceso. Cuando el IMPI actúa como árbitro, es más bien, en el caso de los quesos tradicionales (y productos tradicionales en general), para impedir que se tomara el camino de una IG. De esta manera, para Barragán *et al.* (2010), el Estado había tomado parte del conflicto de apropiación patrimonial alrededor del queso Cotija, a favor de los productores de queso tipo Cotija. Parece que hay un desfase en procesos basados en la calificación y patrimonialización, y los dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos sostenidos y apoyados a nivel del Estado (por lo menos federal, pero a menudo a todos los niveles).

En tales condiciones, el papel de mediador (y en menor medida de árbitro, aunque al último el árbitro final es siempre el IMPI, en el caso de las IG) es asumido en los casos estudiados por diferentes actores: gobierno estatal, académicos, principalmente. De hecho, pueden coexistir varios mediadores, lo que de alguna forma contradice su papel, y la noción misma de mediación. En efecto, como lo dijimos para el INAO, los mediadores no son elementos sin lógica, sin intereses propios (especialmente los mediadores humanos, pero no solamente), y si varias mediaciones se oponen, pues la mediación pierde su sentido.

En el caso del queso Cotija, la mediación ha sido principalmente asumida por los 3A. Luego otros actores que pretendieron también asumir tal papel, de forma a veces opuesta a los 3A. En los demás casos, la mediación ha sido asumida principalmente por el gobierno estatal (la SDC), pero ha sido de hecho bastante débil. De manera general, podemos constatar a través los tres casos que hacen a menudo falta recursos de mediaciones (Grossetti, 2008), es decir objetos (procedimientos, reglas,...) y actores (mediadores) movilizados para asegurar la coordinación entre los diferentes participantes, más allá de las relaciones interpersonales. Las redes y formas de sociabilidad existentes, a veces

³⁸⁵ Aunque en periodos previas, no ha sido siempre la justificación principal de las IG (Sylvander *et al.*, 2005).

bastante fuertes, no son movilizadas para hacer fluir las informaciones; y tal vez no son adecuadas en la víspera de un proceso de calificación. Eso hace eco a Torres de la Cruz *et al.* (2009), quienes hablaron de la “inmadurez” de las redes de queseros implicados en la calificación del queso de poro de Balancan. Por lo tanto se requiere crear nuevas formas e instrumentos de mediación, que acompañen las dinámicas de “encastramiento” y “desencastramiento” necesarios a la construcción y consolidación de una IG; lo cual no se logró en los procesos analizados.

De un lado las redes clientelistas clásicas no constituyen una base adecuada para esos procesos. Al contrario, enmarcan las acciones en una concepción individual, y de corto plazo. Los esquemas de apoyos, y otros programas y políticas dirigidas al sector agroalimentario, en particular a los campesinos y a las agroindustrias artesanales, son insuficientes e inadaptados para acompañar un proceso de calificación, e inscribirlos en el tiempo y en un territorio dado. Sin embargo, pueden aportar ciertos recursos (financieros, políticos, etc.), estratégicos, aunque que no cumplen el papel de recursos de mediación necesarios.

Las tentativas para crear nuevos instrumentos de mediaciones, como la creación de un comité interestatal en el caso del queso Cotija, no se han consolidado. Se volvieron rápidamente una especie de “*Torre de Babel*” (entrevista con EB, Zamora, 2009). El proceso de calificación se enfrenta de hecho a la dificultad o casi imposibilidad de hacer coincidir un programa en varios municipios y sobre todo en varias entidades federativas; los apoyos difieren, y las personas no quieren trabajar juntas (lo cual ocurre de hecho también con actores de una misma administración).

Tampoco la PSJ logró consolidar su posición de mediador, que era uno de sus objetivos principales; lo atestiguan los diferentes conflictos y tensiones que conoció. Logró en un primer tiempo coordinar a diferentes actores y acciones, pero luego perdió parte de sus funciones, frente a diferentes problemas y a la competencia de otros actores. Por ejemplo, los líderes del proyecto Cotija-Gran Alianza trataron retomar ese papel, dentro de las redes más “habituales” (redes políticas del estado de Jalisco), y, aunque su acción fue de corto plazo, participó en el debilitamiento de la PSJ. Uno de los principales problemas fue lograr mantener un nivel de comunicación elevado entre asesores y productores, y entre productores, así como constituir un canal para hacer fluir las informaciones, recopilarla, conservarla y ponerla a disposición de los diferentes actores. Faltó un agente (una especie de agente de desarrollo), a la interfaz entre los diferentes actores, presente en el terreno y con las competencias necesarias para ser un elemento de coordinación, un recurso de mediación, sin estar implicado el mismo en las decisiones y los diferentes debates.

En Chiapas, los recursos de mediación han sido muy limitados, aun más, y en realidad no emergieron nuevos. Así, las redes movilizadas (familiares³⁸⁶, políticas, etc.), las organizaciones, y las reglas que las caracterizan, se inscriben en la misma lógica que previamente, y en el corto plazo. Hacen falta muchas competencias, que ni los mediadores ni los líderes tienen. En el caso de la Costa de Chiapas, el grupo de investigadores de Chapingo se proponía de cumplir un papel de mediador, faltaba ver si lo hará efectivamente, y como.

De hecho, los académicos tienen o pueden potencialmente tener un papel clave, y son de hecho presentes en todos los procesos analizados, aunque con estatus y acciones muy diferentes. Pueden hacer el vínculo entre los campos técnicos, científicos, políticos, la realidad socio económica del terreno, así como una conceptualización y una propuesta/estrategia elaborada de una IG. Concentran ciertas competencias, que a menudo son más dispersas, o incluso inexistentes en la administración. Pueden tener entonces un papel decisivo, especialmente dado las carencias del sector público. Pero no se debe idealizar tampoco, pues la academia es también un sector donde las competencias son muy divididas, y el acompañamiento de procesos territoriales requiere lograr articular ciencias biotécnicas con ciencias sociales y humanas. Los académicos pueden también incentivar visiones reductoras, limitándose por ejemplo a una concepción industrial de la calidad. Además, de la misma manera que hay un desfase entre los tiempos y reglas de operación de los programas y políticas de un lado, y los tiempos y necesidades de los procesos de calificación territorial por otro lado, hay un desfase con los tiempos y el diseño de los programas y proyectos de investigación. Por ejemplo los proyectos de CONACYT tienen cierta rigidez en su diseño y reglas de operaciones, imponen tiempos, objetivos y criterios de evaluación difícilmente compatibles con un proceso de calificación incierto, largo y multidimensional. La citación siguiente resume los diferentes problemas:

“¿Quién va a financiar el tiempo de aprendizaje [colectivo]? y ¿los costos del fracaso? Ninguna institución financia este riesgo. Siempre las instituciones de apoyo exigen una organización formal de los beneficiarios, con presidente, tesorero. Este toma tiempo, dinero y hay que vencer la desconfianza, para que la gente acepte encargar a otros sus responsabilidades. (...) El problema es vencer las reglas de operación de cada entidad [FIRCO, FONAES, SEDESOL, y otros], de diferentes niveles, de diferentes estados, un esfuerzo casi imposible. Si se ha logrado a obtener recursos, es por la tenacidad de los responsables de los proyectos académicos: tocar puertas y puertas. (...) Se ve muy

³⁸⁶ También en el caso del queso Cotija, cuando surge conflictos entre los 3A y algunos productores, EB logra mantener una buena relación sobre todo con familiares y vecinos del rancho de su familia. Es decir que en este caso, son también redes “habituales” que aseguran la perennidad de los lazos entre actores, mientras no logran a consolidarse otros tipos de redes, más profesionales. Ese problema ya había sido destacado para dos cuencas lecheras en Poméon *et al.* (2007), donde se analizó en términos de los diferentes tipos de proximidad (geográfica, comunitaria, y profesional). Requier-Desjardins (2004) y Rey-Valette (2006) hablaron por su parte de la necesidad de pasar de un capital social “doméstico”, tipo “bonding”, a una forma de capital social más funcional, tipo “bridging”.

mal que un investigador trabaja muchos años sobre el mismo asunto". (Entrevista con PC, Guadalajara, 2007).

El análisis de la calificación de los quesos tradicionales conduce a una reflexión general sobre la interacción entre la escala local, donde se constituyen dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos, modos de regulación, y la escala nacional, con sus propios dispositivos y modos de regulación (a nivel del Estado, pero también del sistema de investigación). A menudo, se analiza esa interacción a través de la influencia, de las constriñas que impone el nivel nacional (y global) sobre lo local. Eso se verifica en el análisis. Sin embargo, se puede constatar también la situación inversa con una retroalimentación posible desde el nivel local. Así el caso del queso Cotija generó muchos debates en diferentes foros, académicos, pero también políticos, haciendo mover líneas, y conduciendo a poner en tela de juicio ciertos dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos dominantes y no cuestionados, e inspirando nuevos proyectos similares a nivel local (con el queso Bola, el queso de poro, el queso Crema, ...).

En fin, el proceso de calificación no se para una vez conseguido de una IG, sea MC o DO, y no se puede reducir a la obtención y manejo de un sello. Puede implicar cambios en las formas de producir, se vincula con proyectos de diferentes naturalezas. Su consolidación requiere enfrentar varios desafíos, en particular para que un producto y un sistema productivo hasta ahora informal logren su inserción en el mundo formal; y así esperar sentar nuevas bases para influir positivamente en la trayectoria de desarrollo del sistema productivo local, y del territorio en general.

6.3.5 Perspectivas y retos para la calificación de los quesos tradicionales

Una IG no remite solamente a la elaboración de un simple sello de calidad, de una marca comercial. Como proceso de calificación interconecta diferentes aspectos del sistema agroalimentario local. Varios vínculos llaman en particular la atención en estos casos: el vínculo con el mercado, el vínculo con la producción de leche, y el vínculo con los demás quesos producidos en el territorio y las demás actividades en general. Es a la luz de esos diferentes elementos que se hará una breve reflexión sobre la relación entre calificación y desarrollo territorial. En efecto, el cambio en las trayectorias de desarrollo no es ajeno al proceso mismo de construcción de la IG, del cómo y porqué se hizo, del lugar de la dimensión patrimonial en él, y de su articulación con diferentes acciones complementarias o aun necesarias.

6.3.5.1 La dificultad de integrar una perspectiva de cadena

En primer lugar, en el caso mismo de las queserías directamente implicadas en los procesos de calificación, se plantea la cuestión de la interacción entre la dinámica del "queso calificado" o en

calificación, y la producción y comercialización de los demás quesos producidos. En efecto, mientras que el queso Cotija es muy dominante en la Sierra de Jalmich, su producción captando el 95% de la leche, en los demás casos el queso calificado representa alrededor del 10% de la producción.

En esos casos, puede ser entonces más difícil movilizar los productores e incentivarlos a invertir en la construcción de una IG. Pero sobre todo, se plantea la cuestión de la articulación entre la dinámica del producto calificado y de los demás productos. De un lado, puede haber efectos de *spill-over*, gracias a la calificación y valorización de una IG, para las otras producciones. Pero del otro lado, problemas de calidad en los otros productos pueden interferir sobre la imagen de la IG. Se plantean varias preguntas, por ejemplo sobre el hecho de saber si la calidad de la leche valorizada por el producto con IG debe ser de mejor calidad, y premiada, o si puede ser la misma para todos. Por el momento, no surgieron problemas a ese nivel, puesto que no se implementaron controles, y que de hecho no hay condiciones sobre la calidad de la leche en el caso de Ocosingo; además, con la quesería colectiva, se separó físicamente la producción del queso Bola de la de otros quesos. Sin embargo, esa pregunta de las interacciones entre producción de quesos tradicionales y producción de quesos genéricos (artesanales a menudo también, pero genéricos) es un elemento que habrá que observar más adelante, y que, creemos, es bastante común en el sector quesero mexicano, donde las unidades se dedican a menudo a elaborar varios tipos de queso.

La cuestión de la coordinación se plantea también a nivel de la cadena, para vislumbrar como los diferentes actores de la cadena quesera son o no integrados en los procesos de calificación, y de qué manera.

6.3.5.1.1 Difusión en el mercado, relación con el consumidor y el reto de la formalidad

La construcción de ese trabajo se enfocó en un análisis de las implicaciones de la construcción de una IG en el sector productivo, descartando en parte la cuestión del mercado para ubicarse más arriba de la cadena. En efecto, los actores del mercado (comerciantes y consumidores) no son directamente implicados en la construcción de las IG. Sin embargo, constituyen uno de los objetivos principales (o a menudo el objetivo principal) de los procesos de calificación, y están así siempre presentes, explícita o implícitamente en los debates. Cada actor trata así de « hacer hablar » el mercado, para justificar sus posiciones en cuanto a la IG, instrumentalizándolo, para lo bueno y para lo malo: el mercado quiere tal cosa, el mercado no valoriza tal cosa, el consumidor prefiere tal cosa, etcétera. Sin entrar en los detalles, sería incompleto ese trabajo sin mencionar algunos puntos destacables de esa problemática.

Como lo mostró Linck (2001b) en el caso de la producción de hortalizas en México, más que los aspectos productivos, es a menudo el control de los dispositivos vinculados al mercado y a la comercialización que permiten generar y captar valor agregado. Es efectivamente un reto central para las IG, definidas (en parte o totalmente, según los puntos de vista) como instrumentos de mercado, que deben garantizar la circulación de la calidad en la cadena, y dar al productor un premio en cambio de asegurar ciertos criterios de calidad (en sus múltiples dimensiones). En otros términos, se deben incluir en los procesos de calificación una reflexión sobre los dispositivos propios del mercado, en particular a nivel institucional (diferentes reglas y convenciones), cognitivo (preferencias, comunicación) y técnico (mercadotécnicas,...).

En los procesos analizados, si el mercado es una cuestión central, e incluso a veces única, dentro de las arenas de calificación, muchas veces faltaron estrategias y acciones concretas. Sin embargo, hubo varios esfuerzos para desarrollar este aspecto. Así, en los tres casos, se organizan y apoyan ferias, específicas al producto o no, para promocionar la MC, antes y después su obtención. Esas acciones permiten acercarse del consumidor, dar a conocer el producto y los productores, la MC, y permite también movilizar los medios (periódicos, radio, televisión). En el caso de Chiapas, las catas han sido también parte de la estrategia de promoción y comunicación. Otro medio utilizado ha sido el diseño de etiquetas para la MC, y otros soportes de difusión y promoción (folletos,...). Esos diferentes elementos, en particular las ferias, han tenido un impacto más o menos significativo. En el caso de Cotija, alentaron la reapropiación de ese patrimonio por la población local, su revalorización (en términos de prestigio y precio), así como la activación o reactivación de redes comerciales (en particular de venta directa con los migrantes y la población local); efectos similares de revalorización han sido observados en Chiapas (aunque en menor medida, ya que el queso Crema y el queso Bola no estaban en la misma situación de fuerte desvalorización y casi invisibilidad que el queso Cotija). Los queseros chiapanecos aprovecharon para conseguir nuevos clientes en las ferias, que participaron en el reconocimiento del queso Bola y queso Crema como productos patrimoniales de Chiapas (y/o de ciertas regiones de Chiapas), y como productos de calidad específica.

Pero más allá de esas acciones, falta hasta ahora ver concretamente en qué canales de comercialización valorizar la MC; y establecer formas de comunicación más directas (publicidad, etcétera.). En el caso del queso Cotija, el proyecto de IG surgió con la idea de que los comerciantes y acopiadores de queso eran sobre todo un problema, puesto que lo descalificaban para pagarlo barato. Así no fueron implicados en el proceso de calificación, a pesar de ser detentores de saberes específicos sobre la calidad del queso y su conservación, y que pudieran ser aliados estratégicos del

proceso de calificación³⁸⁷. Una vez obtenida la marca colectiva, se planteó entonces de manera fuerte el problema del que hacer con esa MC, dejando de lado los canales previos. Si el desarrollo de la venta directa permitió un incremento de los precios y una buena valorización del queso y de su calidad, no es suficiente para absorber toda la oferta; y además la MC es poco utilizada en ese canal, que moviliza otras convenciones de calidad domésticas (interpersonales). Entonces, aunque había emergido una renta de calidad para el queso Cotija en esos mercados “directos”, en otros canales (con los acopiadores) esa renta era más reducida, o casi inexistente³⁸⁸. Es en este contexto que surgió la propuesta del Mesón, y luego proyectos más o menos similares de centros de acopio y cooperativas, para tratar de abrir nuevos mercados. Además de los conflictos que generó con algunos productores, el Mesón enfrentó problemas para desarrollar y activar nuevos canales de comercialización³⁸⁹, y al mismo tiempo realizar su aprendizaje a nivel del acopio (del “saber-guardar” los quesos). Avanzando por ensayo/error, este aprendizaje ha sido además bastante costoso, por las inversiones, las pérdidas en queso, los problemas con algunos clientes. Pero sirvió por lo menos a desmontar el terreno, y empezar a ver cuales canales eran sustentables (mercado gourmet; chefs) y cuáles eran más difíciles (supermercados). En fin, el Mesón revela una paradoja: si al principio se pensaba desarrollar una MC para puentear los intermediarios, el surgimiento del Mesón confirma que cumplían una función en la cadena. El hecho de plantear al inicio la “inutilidad” de los acopiadores puede explicar en parte las incomprensiones de los productores³⁹⁰.

En Ocosingo, dado que el carácter mucho más local y directo del mercado (puede haber intermediarios, pero con lazos más directos, a menudo familiares o amigos), y las competencias de los productores a nivel comercial, el queso Bola ha sido siempre bastante bien valorizado; así, se supone que previamente al proceso de calificación, existía ya una renta de calidad (territorial o no). Sin embargo, los objetivos de la MC de “exportar”, y entrar en canales de comercialización más formales, no se plasmaron en estrategias comerciales ni acciones concretas; salvo la quesería colectiva, que se

³⁸⁷ Es aun de hecho posible empezar a ver cómo integrarlos. Por el momento, de manera informal, se constató en las ferias un acuerdo tácito entre los productores de queso y los acopiadores (en sus tiendas) para tener un precio más o menos similar. Además, los principales comerciantes proponen una gama diferenciado de quesos, participando así a diferenciar el queso Cotija de quesos frescos y/o fuera de temporada. Los comerciantes consideran lo logrado con la MC y el proceso de calificación como algo positivo, que permitió en particular mejorar la calidad general de los quesos.

³⁸⁸ Lo cual desincentivó a muchos productores. Aunque de un lado, ciertos productores, más “movidos”, o con mayor dotación en recursos (capital humano y social, etcétera), iban en ferias, activaban redes comerciales, muchos quedaron en la expectativa, esperando que “se haga algo”.

³⁸⁹ Sin mencionar además el problema del control y de la certificación, aún pendiente.

³⁹⁰ Algunos productores no entienden por qué los márgenes, especialmente en el caso de una comercialización formal, pueden ser importante, en relación con los costos de almacenamiento, empaques, prospección de mercado, transporte, impuestos; y también los usos de los supermercados en cuanto a las márgenes aplicadas y otras prácticas. Así, cuando el Mesón compra queso a 100 pesos/Kg., lo cual es ya un precio mucho más elevado que antes, y lo revende a 180 pesos, algunos piensan que se les está robando, y que mejor lo venden ellos directamente.

planteó como un instrumento de penetración en esos mercados, pero que en realidad no aportó mucho sobre esos aspectos. De su lado si la SDC apoyó bastante a los productores en ese ámbito, puede ser sorprendente ver en las tiendas del Instituto Marca Chiapas (de la Secretaria de Finanzas del estado de Chiapas) abiertas en el Distrito Federal vender queso Bola de Ocosingo hecho en Tecpatán... Sin embargo los productores de la SAIQO tienen una postura bastante activa, participando a ferias, con o sin el apoyo de la SDC, y han desarrollado un sitio internet. Tienen competencias y recursos que les permiten avanza en ese ámbito. Pero frente a las exigencias y lógicas del mercado formal, queda mucha incertidumbre, y esa opción puede presentar muchos riesgos, y genera más problemas que beneficios³⁹¹. Es por lo tanto necesario sentar una reflexión sobre el potencial real, y los desafíos, de la inserción de los quesos tradicionales (con o sin MC de hecho) en el “mundo formal”, transición que no es del todo evidente.

En Chiapas, también se tienen muchas esperanzas (o sueños) en cuanto a los aportes de una MC. Así, como en los demás casos, ciertos actores ven en la MC o en la DO una técnica efectiva y “auto-creadora” de mercado, mientras que sólo es un instrumento potencialmente utilizable. Tal vez para motivar a los productores, se promete mucho, y se dejan de lado la realidad de los retos. Si los productores más grandes están acostumbrados a moverse en un mercado no solamente local, pero también regional, e incluso nacional, muy pocos trabajaron ya en un ámbito realmente formal (con cadenas de supermercados, etc.). De hecho, aun en Chiapas, el queso Crema es a menudo ausentes del sector formal (de sus restaurantes, centros de distribución), a pesar de su difusión y fama. Entonces, la cuestión del mercado debe ser integrada de manera más profunda en las arenas de construcción y manejo de las IG.

Primero, se debe pensar en cuales situaciones puede servir una MC o una DO. En canales regidos por convenciones domésticas, relaciones interpersonales, no tiene realmente sentido. Al contrario, puede ser útil en canales donde las distancias físicas y cognitivas con el consumidor es más fuerte, para de un lado evitar la competencia de usurpación y adulteración, y señalar y valorizar la calidad específica del producto; lo cual es un gran reto dado el contexto actual del mercado del queso.

En efecto la homogenización del consumo podría constituir un obstáculo para la difusión de productos específicos, típicos, entre los consumidores. Sin embargo, se debe también matizar esas constataciones. En realidad, el consumidor mexicano no ha tenido hasta ahora realmente la opción de elegir, puesto que no tiene las informaciones necesarias, y que hay muchos engaños, tanto sobre la calidad como el origen de los productos. Además, intercambiar y educar el consumidor pasa no

³⁹¹ Ver por ejemplo las dificultades del Mesón en su tentativa de trabajar con una gran cadena de supermercados, más allá de la oferta temporal y promocional.

solamente por las informaciones transmitidas por un sello de calidad, pero también por el aprendizaje necesario para reconocer ese sello, entender sus implicaciones. En ese sentido, el reto es doble: valorizar la IG en general, y un producto en particular.

Requier-Desjardins (2007b; 2008) habló de la necesidad de reforzar la proximidad cognitiva entre el productor y el consumidor para el reconocimiento y la valorización de la calidad de los productos. Es necesario acotar las distancias con el consumidor, para lograr a dar una identidad al producto, o más bien para que se reconozca esa identidad en el mercado. El proceso de calificación debe permitir el dar a conocer las condiciones socioproductivas de la elaboración de los quesos tradicionales, al mismo tiempo que se define, en la interacción productor/consumidor, su carga simbólica e identitaria. Si no se da ese proceso, la distancia productor/consumidor volverá inútil el sello de calidad, y no logrará romper preferencias y esquemas cognitivos desfavorables. Por ejemplo, el queso de Chiapas es conocido por ser más amarillo. Desgraciadamente es una desventaja, ya que el mercado pide queso blanco, lo que hace que algunos usan titanio para blanquear su queso. Pero esa característica podría ser una ventaja, un recurso activado, si se logra a transmitir la representación (¡o más bien la realidad!) al consumidor que es amarillo porque es de leche obtenido en sistemas pastoriles, que le confiere características específicas. Lo que es una debilidad puede ser cambiado en ventaja: la diversidad de las técnicas queseras y la heterogeneidad de la producción, la limitada tecnificación de la producción de leche y queso, puede ser visto como un argumento para un producto natural y artesanal. Todo es cuestión del sentido que se da y se transmite sobre las cosas.

Se debe activar los recursos “positivos” (calidad leche, fama, sistema pastoral, turismo), y deshacerse de los “negativos” (mala imagen de los productos tradicionales, problemas sanitarios, competencia exacerbada,...). Algunos, como el carácter estacional (más o menos marcado según los casos), pueden tener “dos caras”: puede ser una ventaja porque se puede ver como un marcador de naturaleza (los ritmos naturales son estacionales), pero una desventaja para la organización de la producción.

Al final muchas cosas dependen de articulaciones no sólo horizontales (entre queseros) y con el gobierno y otros asesores, sino que debe implicar, de diferentes maneras, los actores del mercado y del consumo. No se puede hacer todo en el mismo golpe (elaborar la IG, mejorar los equipos, desarrollar el mercado,...), pero por lo menos hay que tener en cuenta estos aspectos. En particular, se debe evitar caer en los extremos de tipo: las IG no sirven en México porque no hay cultura de las IG, el consumidor no las quiere,... o al otro extremo, las IG lo resuelven todo. Se requiere un análisis profundo, para “deconstruir” los diferentes elementos que animan el mercado del queso, en particular de los quesos artesanales y tradicionales. Se debe también entender como los diferentes

dispositivos relacionados a la comercialización se articulan con los demás dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos, locales y nacionales, implicados en los procesos de calificación. De un lado, sin valorización comercial, la dinámica de patrimonialización de los quesos tradicionales (y de los sistemas productivos vinculados) difícilmente se logra mantener, frente al carácter predador de los intereses mercantiles; pero del otro lado, sin el aspecto patrimonial, sin esa calidad específica que les caracteriza, y sin la capacidad de movilización de los actores alrededor de ese bien colectivo, el potencial comercial de esos quesos es muy limitado en el contexto actual.

Pero además de la extensión hacia debajo de la cadena, y la coordinación con los actores del mercado, la calificación territorial de los queso plantea también la problemática de la articulación entre producción de queso y producción de leche.

6.3.5.1.2 La integración de la producción de leche en las IG queseras

La calidad específica de los quesos tradicionales está estrechamente vinculada con la de la leche, y con los sistemas ganaderos. Las particularidades de los sistemas tropicales son de hecho vinculadas a una leche con propiedades particulares (calidad y cantidad de grasa y proteína). En el caso del queso Cotija, dado que los productores de queso son también los productores de la leche, y también dado la concepción sistémica de la calidad y de la justificación del vínculo al lugar que dominó, la cuestión de la producción de leche ha sido muy presente. Así, las reglas de uso delimitan las prácticas ganaderas en función de las especificidades de las prácticas y organización de la producción: ganado cruzado, libre de tuberculosis y brucelosis, producción estacional de leche, alimentación libre pastoreo, composición de la leche. Participan así en reconocer e institucionalizar el sistema rancharo. Sin embargo, existen algunos puntos de debates que siguen abiertos.

En efecto, la identidad³⁹² profesional de los productores de queso Cotija, como ganaderos, y sus prácticas están evolucionando. Si su identidad y prácticas se vinculan en primer lugar en su inserción en la sociedad ranchera local, muchos también pertenecen a la Asociación Ganadera, e intercambian con técnicos y veterinarios³⁹³, en particular dentro de los grupos PAI o GAVATT. Están integrando nuevos elementos en su identidad profesional: buscan ganado más fino y productivo, siembran pastos inducidos y maíz para ensilaje,... Sus practicas dejan de ser definidas solamente en el ámbito

³⁹² Más allá de la identidad profesional, esa reflexión conduce también a destacar la multiplicidad de las identidades, vinculadas con diferentes dispositivos cognitivos y técnicos, que caracterizan un productor. Por ejemplo, un productor de queso Cotija es a la vez un ganadero, un quesero, a menudo un padre de familia, un actor de la sociedad ranchera, etc. Esas consideraciones pueden ser importante para analizar la cuestión de la confrontación entre diferentes tipos de lógicas, motivaciones e intereses.

³⁹³ De hecho, a través del proceso de calificación y de los diferentes proyectos, inducidos o no por la PSJ, se multiplicaron los contactos e las interacciones con actores externos: consultores, asesores, técnicos, agrónomos, veterinarios.

doméstico de la sociedad ranchera, de su saber-hacer elaborado y transmitido de generación en generación, y se construye ahora también a partir de un referencial profesional nacional. A fin de cuentas, buscan alinear sus prácticas ganaderas en el modelo técnico nacional, pero siempre en una postura de ensayo-error, de hibridación entre el modelo doméstico ranchero y el modelo profesional. Aparecen divergencias de visiones y prácticas, que se constatan por ejemplo a través del desfase entre viejas y nuevas generaciones; mientras los productores más antiguos seleccionan su ganado a través de criterios como el aspecto físico del ganado (cuernas, joroba, orejas) y de rusticidad, los más jóvenes tienden a buscar razas más finas, más productivas. Algunos empezaron a ordeñar todo el año, o dejaron de ordeñar con el becerro. Esas prácticas no ponen en tela de juicio todo el sistema, sino que se hacen más por un proceso incremental de innovación y de composición. De esta manera, todos los productores piensan que es necesario seguir con las cruces (para mantener la rusticidad y la adaptación del gado al medio), que la producción de queso Cotija debe ser nada más estacional (lo cual no impide ordeñar todo el año y valorizar la leche de otra forma) y con ganado alimentado por libre pastoreo, etcétera. Pero deberán abrirse debates sobre la manera de integrar nuevas prácticas en el esquema de calificación formalizado a través de la MC.

Por ejemplo, la prohibición del uso de “alimentos balanceados o concentrados” durante la temporada de elaboración del queso es un criterio potencialmente fuente de oposiciones, dado que la mayor parte dan un poco de maíz molido al momento de la ordeña³⁹⁴, solo o revuelto con concentrados, para amansar el ganado, y estimular la producción de leche (para que baje la leche); puede ser también necesario para mejorar el estado fisiológico y la productividad del ganado. De la misma manera, se puede abrir un debate sobre el desarrollo de los pastos inducidos, en relación con la calidad de la leche y también la sustentabilidad económica y ambiental del sistema: especies, proporción de la superficie del rancho ocupada por pastos inducidos, utilización de las parcelas de pasto inducido durante la temporada de elaboración del queso. Abrir esos debates puede ser también una oportunidad para reforzar la apropiación del proceso por los productores, y anticipar los eventuales conflictos y tensiones. En fin, la cuestión de la compatibilidad entre las reglas elaboradas y su “controlabilidad” debe ser siempre integrada en la construcción de una IG.

En los demás casos estudiados, no hubo debate dentro del proceso de calificación porque sencillamente se excluyeron los ganaderos. Si la leche, en relación con el sistema ganadero de doble propósito tropical, es reivindicada como un elemento clave de la calidad del queso, esa cuestión ha sido marginal en la construcción de las IG. Las reglas de uso del queso Bola de Ocosingo establecen

³⁹⁴ Es de hecho lo que constató Parguel (2010) en su informe sobre la cuestión de la calidad de la leche.

como único criterio utilizar “leche de la región”³⁹⁵. A pesar de que una parte significativa de los queseros sean también ganaderos (56% de los entrevistados en Ocosingo; 42,5% en la Costa de Chiapas), los ganaderos, como actores del Sial, son ausentes de las diferentes acciones, estrategias y debates. Tal situación confirma el carácter monofactorial, monolítico, de la visión de la calidad y del vínculo al territorio sobre la cual se basan en esos procesos. Sin embargo, como lo planteó Eymard-Duvernay (1989), en los modelos de empresa basados sobre recursos específicos, es por la integración de los actores o a través de relaciones específicas que se establece una coordinación, que permite inscribir la producción, reproducción y manejo de esos recursos específicos (en este caso la leche y el sistema ganadero) en el tiempo, garantiza la circulación y la obtención de la calidad requerida, con costos de transacciones bajos. En este sentido, es imprescindible integrar a la producción de leche y sus actores si se quiere valorizar recursos específicos, como es el caso los procesos de calificación de los quesos tradicionales.

La ausencia de formas de coordinación con los ganaderos dentro del esquema de calificación (con reglas sobre la producción de la leche, premios de calidad por el ganadero, etc.) constituye un factor de inestabilidad, e impide inscribir la garantía de la calidad en el tiempo. La cuestión no es sin embargo fuera de la preocupación de los queseros, bien al contrario. Así, se cuestionan sobre la evolución en las prácticas ganaderas, en particular el uso cada vez más difundido de alimentos balanceados, especialmente en tiempo de secas. El problema es particularmente importante cuando, como en la Costa, se utiliza cantidades importantes de gallinaza y pollinaza³⁹⁶, fuente barata de proteína, que impactan significativamente en la calidad de la leche, a nivel sensorial y sanitario. Por otra parte, la cuestión de la calidad sanitaria del queso es inseparable de la calidad sanitaria de la leche: hatos libres de brucelosis y tuberculosis, condición de ordeña, sistemas de recolección, etcétera. La solución radical propuesta por Salubridad (pasteurizar sistemáticamente la leche) remite a desvincular la relación entre la leche y el queso por la pasteurización. Sin embargo, esa práctica deshace³⁹⁷ también el vínculo entre calidad específica del queso y de la leche, y constituye en este sentido una pérdida. Además, no resuelve todos los problemas, pues aun con la pasteurización, una leche ya acidificada y dañada genera problemas tecnológicos y sensoriales.

Más allá de la calidad, se plantea también la cuestión de la cantidad de leche disponible. El problema es en particular fuerte en Ocosingo, donde el mayor problema para los queseros es la falta de producción de leche en cantidad suficiente. Así, que sea por cuestiones de calidad o cantidad, la

³⁹⁵ La no inclusión de más criterios atestigua de cierta visión del proceso y de la ausencia de experiencias y competencias que ayuden a formalizar y explicitar lo que significa utilizar “leche de la región” para la calidad del queso Bola.

³⁹⁶ Chiapas, y la Costa en particular, tienen unidades industriales de producción de pollos muy grandes.

³⁹⁷ Y es bien en ese sentido un factor de despatrimonialización y desterritorialización.

integración de la problemática de la leche y de los sistemas ganaderos en los procesos de calificación de los quesos tradicionales parece imprescindible. Si no se toma en cuenta, la inscripción territorial pero también temporal (a largo plazo) de una IG es limitada. Es necesario establecer diferentes instrumentos, entre constriñas e incentivos que materialicen formas de coordinación aptas para que circule y se garantice la calidad de un producto con IG: reglas sobre la producción y recolección de leche, en particular en cuanto a la alimentación y el estado sanitario del ganado, combinados con eventuales premios de calidad para los ganaderos. Sin valorización de la leche, será difícil de valorizar el queso. Además, la calidad propia de la leche de los sistemas tropicales (“natural”, ricas en antioxidantes y grasa insaturada, etcétera) puede constituir un argumento comercial no despreciable para los quesos “tropicales”. En fin, la calificación territorial de un producto implica la calificación de un sistema productivo local, y es necesario que todos los actores, especialmente los ganaderos, se apropien (en los diferentes sentidos del término) ese proceso.

La cuestión de la integración de otros actores, en particular de los ganaderos, remite entonces a la manera de abordar la calidad, la justificación del vínculo del producto con el lugar. Procesos que se enfocan principalmente sobre el uso (la instrumentalización) de una denominación y una reputación son poco incluyentes. Más allá de la integración de una cadena, se plantea también la problemática de la integración de la dimensión territorial, y la relación entre procesos de calificación y desarrollo territorial.

6.3.5.2 La dificultad de integrar una perspectiva territorial en la construcción de una IG

Uno de los intereses por la calificación territorial y la obtención de IG proviene de su potencial para favorecer así nuevas modalidades de desarrollo territorial, incentivar trayectorias “altas” de desarrollo, de un desarrollo endógeno. Así, se puede postular que más allá de la cadena productiva, los procesos de calificación integran (o deben integrar) otros actores del territorio, y pensarse en función de sus impactos en términos de desarrollo local. Hirczak (2007) mostró que la especificación, como modo de desarrollo sustentable (por ejemplo a través la calidad específica de los productos locales), se vincula tanto con la valorización como con la construcción de recursos territoriales. Entonces, si no indaga en ese trabajo en una verdadera análisis de los impactos de las IG (por ser los casos elegidos muy recientes, y por otras dificultades de metodología), se puede abrir algunas perspectivas en torno a unos impactos identificados, y sobre todo a partir de la manera con la cual el desarrollo territorial ha sido tomado en cuenta en los tres casos analizados.

En los dos casos chiapanecos, la problemática del desarrollo territorial apareció como una motivación superficial, o incluso ausente. En efecto, si se habla de desarrollo en los discursos, es

siempre en cuanto al desarrollo del sector quesero, y no propiamente del territorio. No se integraron los demás actores de la cadena, y menos los actores “fuera de la cadena”. Sin embargo, cabe destacar que en los procesos mismos se integran actores que pueden calificarse de territorial: la SDC, el Instituto de Salud de Chiapas, la UTS y el municipio. Pero no aportaron una visión territorial significativa, o muy poco. Por ejemplo, la organización de la feria del queso de Ocosingo destaca un conjunto de productos alimenticios o no locales (miel, ropas indígenas, etcétera), al mismo tiempo que el queso; lo mismo pasa con la acción de la SDC, a través de la expo de Tuxtla y de acciones promocionales conjuntas³⁹⁸. Esos tipos de acción podrían favorecer la formación de una “canasta de bienes³⁹⁹” con calidad territorial (Hirczak *et al.*, 2008). Pero de manera general, si esos procesos pueden tener efectos de *spill-over* u otros impactos extrasectoriales, será algo sobre todo casual, una externalidad no realmente esperada ni buscada, y aún menos planificada. La concepción misma del territorio y de su delimitación no es ajena a esa situación (Ricard, 1999; Delfosse, 1999).

El territorio delimitado para la MC del queso Bola de Ocosingo, es escasamente definido; abarca todo el municipio de Ocosingo (donde debe localizarse la quesería, y de donde debe originario el productor⁴⁰⁰), muy grande y diverso; mientras que la producción se localiza en un territorio mucho más reducido, que abarca la ciudad de Ocosingo y sus afueras. No dice además nada sobre el origen de la leche, más que el hecho que en la región, se produce una buena leche que da sus propiedades al queso. Por lo tanto, el territorio definido no importa tanto por sus recursos específicos, sino que se moviliza para justificar la apropiación del producto por queseros de Ocosingo, y restringir el uso de la denominación. Esa restricción hubiera podido ser justificada por diferentes elementos (históricos, geográficos, técnicos, etcétera) que demuestren el vínculo ente el producto y el territorio, que efectivamente existen y que se presentaron anteriormente. Pero en este caso, el territorio fue sobre todo un pretexto, más que un objetivo o una finalidad.

Tal situación no excluye la creación de una renta de calidad para el queso Bola de Ocosingo. De hecho, se dijo que esa renta era de alguna manera ya efectiva; la MC puede potencialmente reforzar esa renta, y permitir la formación y/consolidación de una renta de calidad territorial. En efecto, aunque el recurso territorial protegido y valorizado por una IG sea solamente la reputación de una

³⁹⁸ Al contrario, el Instituto Marca Chiapas, en la “canasta de bienes” que propone, incluye queso Bola que no se produce en Ocosingo. Su lógica es la de una puesta en escena del patrimonio estatal y de su imagen, sin preocuparse del vínculo producto/territorio.

³⁹⁹ Por el momento, más que una canasta, se trata de una yuxtaposición, elaborada y puesta en escena por las autoridades políticas, a nivel estatal y municipal, sin coordinación horizontal entre los actores (Hirczak *et al.*, 2008). Se podrá conformar como una canasta, a la condición de movilizar una visión más territorial que sectorial.

⁴⁰⁰ Esa condición refuerza la idea que las reglas de uso parten sobre todo de una visión estricta de la legitimidad heredada, transmitida, más que fundada en la legitimidad del saber-hacer mismo.

denominación, es posible que haya una renta territorial; incluso una renta territorial sin calidad, dado que se puede desvincular la denominación y su reputación, de la calidad específica del producto (que sirvió en un primer tiempo a asentar esa reputación⁴⁰¹). Pero más que una renta de calidad, se debería también hablar en este caso de una renta de monopolio, apropiada por un club que logra excluir los demás productores, incluso productores del mismo territorio⁴⁰². El municipio está también tratando conseguir, a través de la MC queso Bola de Ocosingo, cierto reconocimiento de la cultura quesera local, (y de la cultura local, sobre todo en su dimensión ladina), la MC sirviendo así también como un elemento de prestigio y autoestima, tanto individual como colectiva. A fin de cuenta, se está instrumentalizando el queso Bola como elemento del patrimonio local, al mismo tiempo que la construcción de la MC le ha en realidad quitado su esencia patrimonial.

La delimitación del territorio en el caso del queso Cotija parte de una lógica diferente. Es el resultado de una reflexión sistémica sobre el vínculo entre territorio y producto, que integra aspectos de geografía física y humana, históricos, aspectos técnicos, culturales. No se satisface de una realidad administrativa totalmente inadecuada (que divide la zona en dos, en función de las entidades federativas). De alguna manera, propone institucionalizar y reconocer una realidad territorial ignorada y negada, realidad que denomina la Sierra de Jalmich. Además de la cuestión de la delimitación, la Sierra de Jalmich, en el marco del proyecto, y en particular de la acción de la PSJ, se volvió un “territorio de proyecto”, es decir un espacio en el cual se plasma un proyecto de desarrollo. La MC queso Cotija se ha pensado de manera sistémica no solamente en cuanto a la calidad específica sino también en cuanto a sus impactos. Es en este caso, el territorio no es un pretexto para la MC, sino al contrario, es la MC que constituye un pretexto para el territorio.

De esta manera, emergió en paralelo un conjunto de proyectos: identificación y mejoramiento de la calidad, obtención de una indicación geográfica, creación y mejoramiento de infraestructuras, obtención de apoyos individuales y colectivos para equipos y infraestructuras, organización en varios niveles, feria anual del queso Cotija, valorización de la tradición musical local, protección de la fauna, etc. Si cada proyecto tiene un campo de aplicación propio, participan todos al mismo objetivo: el desarrollo territorial de la Sierra de Jalmich. Gran parte de esos proyectos fueron impulsados indirecta o directamente por la PSJ y los 3A. También se desarrollaron otras iniciativas, y los productores empezaron a solicitar directamente con las administraciones y consultores para ver lo que se podía hacer. Sin embargo, esa visión territorial del desarrollo no ha sido totalmente apropiada por los productores, quien a veces no se siente unidos a los del otro municipio. En el mismo sentido,

⁴⁰¹ Es este proceso de desvinculación que se califica de “despatrimonialización”.

⁴⁰² Aunque por el momento, y dado que apenas se estaba utilizando la marca, no se pudo apreciar si existía una diferencia de precios entre el queso Bola con MC y el queso Bola sin MC.

los organismos públicos y algunos consultores (de hecho vinculados o dependientes de programas financiados por el sector público) no logran trascender las fronteras administrativas, en particular estatales; y la noción de desarrollo territorial es lejos de volverse aun efectiva en México. Así una debilidad importante en el vínculo entre la MC del queso Cotija y el desarrollo local, es que depende en gran parte de la PSJ, quien ha sido el verdadero inductor de tal vínculo (e incluso del territorio como realidad explícita). Por otra parte, si se valorizaron otros aspectos patrimoniales de la Sierra a través acciones de la PSJ (en particular del Colmich: UMA, zonas arqueológicas, grupos de música, recetarios,...), hubo pocas acciones para las otras actividades económicas del territorio, en particular la cuestión de la valorización de los novillos, de otros productos lácteos, y otros. Sin embargo esa pregunta fue planteada en el marco del proyecto del Mesón, así como de los proyectos sostenidos por los consultores Cibeles, y también por el proyecto de la Gran Alianza.

La integración de la dimensión territorial en el proceso de calificación ha permitido crear una dinámica conjunta alrededor del queso Cotija, y tener múltiples impactos. Se formó una renta de calidad territorial, aunque no es aun efectiva en todos los mercados. Se logró que la Sierra de JalMich y sus habitantes se tomaran en cuenta en las preocupaciones de las autoridades municipales y estatales. Se consiguieron apoyos colectivos (caminos en particular), e individuales. Sin embargo, como en Ocosingo, los apoyos individuales no beneficiaron a todos los productores, creando ciertas asimetrías. En cuanto a la meta de reducir los fenómenos de migración, todavía es difícil tener una idea del impacto, pues depende de muchos factores, y de la confrontación entre diversos costos de oportunidad pero también entre diferentes visiones y proyectos de vida. Es igualmente difícil saber si aumentó o no la producción del queso Cotija a raíz del proceso de calificación. Pero al igual que en Ocosingo, se puede ver fenómenos de autoestima y reconocimiento de los productores a través de la obtención de la MC, de manera colectiva e individual. Ese reconocimiento es a su vez reivindicado por las autoridades políticas locales, quien tratan de apropiárselo, a pesar del poco apoyo efectivo que apartaron (salvo en el caso del municipio de Cotija con la organización de la feria). Incluso ciertos investigadores u otros actores externos han querido también recuperar, de manera más o menos legítima, el prestigio de la MC queso Cotija. La MC se volvió de alguna forma un elemento de prestigio, un reconocimiento; y no es solamente por el premio del queso Cotija logrado en Italia, puesto algo similar se da con el queso Bola (aunque con menor medida, puesto que el premio logrado en Italia tuvo efectivamente un impacto muy fuerte).

En fin, otro factor puede ser también decisivo en la relación entre proceso de calificación y desarrollo territorial: la importancia de la cadena y del producto calificado a nivel territorial. En efecto, más el producto tiene una importancia económica relativa, más su calificación tendrá un

impacto sobre la trayectoria global de desarrollo del territorio. Así, en el caso de la Sierra de Jalmich, la ganadería es la casi única actividad económica, y los ranchos de ordeña (productores de queso) representan unos 30% de las unidades agropecuarias. A su vez el queso Cotija representa en esos ranchos el 95% de la producción de leche, y la mitad de los ingresos; el impacto de la valorización del queso tiene entonces un impacto importante. En la Costa de Chiapas, la producción de leche representa el 26% del PIB agropecuario, que ocupa entre 40 y 50% de la población; sin contar la actividad quesera, con sus 200-300 talleres, que procesan más de 350,000L de leche cada día. La cadena leche en su conjunto es la principal actividad económica. Pero el queso Crema representa el 11% de la producción quesera, lo que tiende a disminuir la importancia del potencial impacto. En Ocosingo, la importancia de la producción de la cadena quesera es más marginal en términos económicos, y el queso Bola representa además menos del 10% de la producción local. Es entonces menos evidente articular un proyecto territorial alrededor de esos dos quesos, dado que económicamente los intereses se enfocan en otras producciones.

En el caso del queso Crema de Chiapas y del vínculo calificación/desarrollo, es obviamente demasiado temprano para decir lo que pasará. Sin embargo, en su planteamiento inicial, el desarrollo territorial parece casi ausente, de manera similar que para el queso Bola de Ocosingo. El territorio no importa todo más que por la denominación que aporta, la exclusividad que procura, y la legitimidad y los beneficios políticos que da al gobierno estatal. Además, dada la escala territorial estatal, es difícil trabajar alrededor de una problemática territorial común. Sin embargo, se puede desarrollar una IG quien por su diseño tendrá efectos positivos más o menos voluntarios para el territorio, a través de la cadena quesera. Dependerá de la concepción del territorio y del anclaje territorial del producto que predominará, así como de la integración de los diferentes actores. De hecho, en la actualidad el proyecto de MC sólo concierne a los productores de queso Crema, y no implica ni a los productores de leche, ni a otras actividades y/o asuntos, fuera de la comercialización del queso Crema de Chiapas con una MC. La inserción de la construcción de la MC en problemáticas más extensas, sea a nivel de la cadena como del territorio, dependerá entonces de la voluntad y la capacidad de los productores y otros participantes de la arena de calificación para incluir otros aspectos que la valorización de un nombre, de una denominación (que además arriesga de reducirse a una simple MC innominada...).

6.3.6 ¿Las IG, instrumentos de desarrollo?: dos dinámicas de construcción de IG diferentes

En síntesis, se puede constatar que la ausencia de preocupaciones para el desarrollo local, que va además a menudo de par con una baja preocupación para la defensa y valorización colectiva de un patrimonio local, deja lugar a la expresión de lógicas meramente industriales y comerciales. Si esas

lógicas no son por definición externas a un proceso de calificación, que busca valorizar productos en el mercado y aportar un conjunto de informaciones y garantías al consumidor sobre las características del producto, difícilmente pueden conducir de por sí a un proceso de calificación territorial (con una dinámica de patrimonialización) si no se combinan otras dimensiones (cívica y patrimonial). Pero aunque se logre un consenso, los efectos de la construcción y manejo de una IG serán bastante limitados, desde el punto de vista de la preservación de los patrimonios naturales y culturales locales, y de un desarrollo territorial. Para que sea más efectiva en tal sentido, una IG debe enmarcarse en un proyecto más amplio, donde el desarrollo se define como un eje estructurante. Pero no es necesariamente el caso, y es difícil avanzar en varios frentes al mismo tiempo, pues se requiere tener muchos recursos (dinero, competencias, redes,...) que puede ser escasos. En fin, una IG no es por definición un instrumento de desarrollo, pero se puede instrumentalizar por tales fines. Para eso, la calificación territorial debe ser construida y apropiada como una finalidad común, que movilizó y articuló los diferentes elementos del sistema agroalimentario localizado. Esta constatación no es de hecho propia a las IG en México, sino que se puede aplicar también a las IG a nivel mundial (y en particular en la Unión Europea, donde son las más numerosas). Sin embargo, como lo muestra el caso europeo, la integración de las IG dentro de la política de desarrollo rural constituye un marco más favorable para establecer efectivamente una relación entre protección de una indicación geográfica y desarrollo territorial.

De manera esquemática, se propone dos modelos ideales y opuestos de construcción de una IG, a raíz de los casos estudiados: el proceso patrimonial vs. el proyecto patrimonial. En el primer caso, la IG se integra en una temporalidad larga, una visión compleja y sistémica del producto patrimonial como bien colectivo, y en instituciones y organizaciones incluyentes (horizontal, vertical y territorialmente); favorece procesos de patrimonialización (con un apropiación colectiva pública y local del producto tradicional). El segundo modelo se inscribe en el corto plazo, y se basa en una visión monolítica del producto patrimonial, en el marco de instituciones y organizaciones más exclusivas; favorece más bien procesos de deconstrucción patrimonial, de despatrimonialización (con apropiación colectiva privada, local o extra local, del producto tradicional). Cada modelo se caracteriza por los dispositivos institucionales, cognitivos, y técnicos que moviliza, cree y legitima. Los casos analizados integran elementos de los dos modelos, sin embargo se vio que la concepción de proceso patrimonial dominó en la construcción de la MC del queso Cotija⁴⁰³, mientras que la concepción de proyecto patrimonial dominó para la MC del queso Bola de Ocosingo⁴⁰⁴. No se trata de

⁴⁰³ Aun que el rechazo de la DO por el IMPI vaya en el sentido de una despatrimonialización.

⁴⁰⁴ Y dado el contexto general, se puede pensar que sería el modelo dominante para los procesos de calificación de quesos tradicionales (y otros productos tradicionales) en México. En el caso del queso Chihuahua menonita, que presenta Nuñez (2007), la industrialización de los procesos conducen más bien a una

juzgar de manera maniquea entre “buenos y malos”. Lo interesante aquí es desglosar los procesos, y poder comparar el discurso reivindicativo, ya sea de políticos, productores, académicos u otros, con las acciones y la manera con la cual se pueden movilizar y se movilizan efectivamente las IG en México, en particular a través de la figura de MC. Varias concepciones sobre IG, y sobre productos tradicionales existen. En la misma línea que los trabajos de la sociología pragmática de Boltanski, se debe constatar que el alimento tradicional, el alimento patrimonial y las IG no pertenecen a un mundo específico (por ejemplo doméstico) sino que están al centro de procesos de composición, superposición y oposición entre varias ideas, intereses, e instituciones, vinculados a diferentes mundos

Entre la lógica de conquista de nuevas fronteras por el capitalismo y la extensión de su dominio, que busca instrumentalizar los “filones de autenticidad” restantes (Boltanski y Chiapello, 1999), y la lógica de reproducción y preservación de un modelo sociocultural específico, varias configuraciones son posibles como lo mostró este análisis. También se confirmó el análisis de Pilleboue (1999), cuando constató la omnipresencia del discurso mercantil en los procesos de calificación, que tienden a menudo a reducir, instrumentalizar los demás (técnicos, científicos, cívico, patrimonial). Pero a la vez, esos diferentes discursos se entremezclan, y forman un sistema de interdependencia entre los actores.

despatrimonialización (a pesar de que existe una identidad colectiva fuerte ya se “desterritorializa” el queso), representada por la experiencia de la fábrica colectiva industrial. Más que promover una indicación geográfica y una visión patrimonial del producto, se busca trabajar sobre los principios de la marca comercial, y de la mercadotecnia. Al final, el queso menonita genuino es el que se vende sin etiquetas, en el mercado local; mientras que el queso empacado, que utiliza el argumento del origen geográfico y también étnico del queso Chihuahua menonita, es un producto estándar, genérico.

6.4 Conclusiones del capítulo 6

En este último capítulo, se demostró que muchas enseñanzas pueden ser sacadas a partir del análisis de las experiencias de la calificación territorial de tres quesos tradicionales. Más que sus impactos, es la construcción de una IG que alimenta aquí un debate pluridimensional. Constituye una entrada pertinente para instruir la cuestión de la articulación y confrontación entre diferentes dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos, inscritos en diferentes “mundos” (industrial, mercantil, cívico, doméstico, etcétera), y en escalas (y arenas) locales y nacionales.

La construcción de una IG ha sido planteada como una alternativa para sobrepasar y romper el consenso dominante en los dispositivos nacionales, que tiende a excluir los productos tradicionales y los sistemas productivos vinculados. Pero este planteamiento no es nada evidente. En efecto la construcción y el manejo de una IG (y sus efectos) dependen de elementos externos (marco administrativo y legal de las IG, regulación sectorial, en particular las normas sanitarias), internos (lógicas dominantes, gobernanza, relaciones de poder, etcétera), y de la interacción entre los dos niveles, en particular a través de la capacidad de los actores locales de influir e incidir cambios necesarios a nivel nacional. Además, en el caso de México y en general en los países donde el sector informal importa un lugar importante en el sector agroalimentario, se plantea el reto de la confrontación entre informalidad y formalidad. De esta manera, al contrario de lo que pasa en la Unión Europea (donde las IG conciernen en general productos ya insertados en el mercado formal⁴⁰⁵), la transición de la informalidad a la formalidad constituye un gran reto para la calificación de los productos tradicionales (a menudo producidos y distribuidos por unidades informales) a través de sellos oficiales de calidad oficial (tipo IG en particular), por definición vinculados al mundo formal. Esta transición puede constituir una barrera y desincentivar la participación de los productores.

Así, además de los desafíos comunes a todas las IG, la construcción de IG para los quesos tradicionales mexicanos les obligan a proyectarse de manera bastante brutal en la economía formal, para lo bueno y para lo malo. Los productores deben manejar una organización formal, con lo que implica en términos administrativos, pero también en cuanto a las competencias y recursos necesarios en general para manejar acciones colectivas, estructurales y funcionales. Se debe pasar de formas de solidaridades orgánicas a solidaridades organizativas, para retomar la terminología de M. Santos (1993). Por otra parte, con una IG, los queseros deben adoptar nuevas prácticas e instrumentos. Por ejemplo, la comercialización formal requiere entregar facturas, llevar una contabilidad, pagar un contador, pagar impuestos. Además, no existen estatutos fiscales adecuados

⁴⁰⁵ Aunque también existen problemas similares, al confrontarse en particular las prácticas y saber-hacer tradicional con la normatividad vigente. Véase por ejemplo en Fonte (2008).

que consideren la situación particular de las agroindustrias artesanales y/o campesinas. Por ejemplo, los queseros artesanales a menudo compran leche sin factura (los ganaderos a menudo se rehúsan a entregar facturas; o en el caso de producir ellos-mismos la leche que procesan, no existen esquemas impositivos adaptados), y en canales formales deben vender el queso con factura. También vender un producto con IG en circuitos formales requiere apropiarse y movilizar nuevos instrumentos y convenciones. Por ejemplo los contratos formales reemplazan la palabra dada y las relaciones interpersonales. De manera general, estos cambios conciernen las diferentes formas de comunicación y de relaciones que suponen una organización formal.

Faltan recursos de mediación (Grossetti, 2008) para facilitar esa transición de lo informal a lo formal. En lugar de imponer desde el principio un modelo formal estricto, se podría facilitar la integración del sector formal, tantas veces búsquedas por diferentes políticas (Lautier, 2004), por mediadores humanos y no humanos, que acompañen de manera incremental este proceso, este “encuentro” entre dos mundos. En efecto, ese encuentro puede ser bastante violento, al oponer diferentes formas de saberes, diferentes racionalidades, difícilmente compatibles en sí. En el caso de los quesos tradicionales mexicanos, se puede decir que en muchos casos si se han mantenido hasta ahora, es gracias a su inserción en un sector informal, marginal, donde lo que se calificó de “atraso” tecnológico y/o socioeconómico permitió preservar la autenticidad del producto. De esta manera, la formalización de la producción de quesos tradicionales y de los sistemas productivos asociados (si se quiere mantener al mismo tiempo su carácter tradicional) requiere una transición que tome en cuenta sus especificidades, en particular las formas de regulación (a menudo reglas “*de facto*”) ya existentes (y que tienen a menudo “buenas razones” de ser), para generar reglas “*de jure*” adaptadas.

En fin, una dificultad para la construcción de una IG, además cuando se da como meta el desarrollo territorial, es la multiplicidad de los frentes que deben ser manejados al mismo tiempo: innovaciones organizacionales (asociación de productores, consejo regulador,...), institucionales (generar reglas operacionales, impulsar el cambio de reglas de elección colectiva y/o constitucional,...), comerciales (creación de nichos de mercado,...), técnicos (adecuación de las técnicas, hibridación tecnológica,...). Eso requiere una dotación importante en diferentes recursos: capital humano, financiero, social, competencias,...; lo cual es particularmente difícil para cadenas queseras locales, que representa a veces pequeños volúmenes, y cuyos actores disponen de recursos limitados. La intervención de mediadores es entonces necesaria, aunque conduce a plantear por otra parte el problema de la legitimidad y la apropiación por los productores de los procesos de calificación.

CAPÍTULO 7 CONCLUSIONES GENERALES

Los quesos tradicionales son definidos por un doble anclaje, temporal y espacial, que los unen con un territorio y una población a través de tradiciones de producción y de consumo. En México, se cuenta aún con más de 25 quesos tradicionales, en diferentes regiones de la República. Representan un patrimonio colectivo para sus territorios de origen, donde además pueden tener una importancia socioeconómica significativa. Sin embargo, la dinámica sectorial general amenaza la existencia de esos quesos, a varios niveles. Descalificados, desterritorializados y desvalorizados, enfrentando la competencia nacional e internacional y un marco regulatorio adverso, el proceso de su desaparición es ya bastante avanzado, según los casos.

Varias iniciativas tratan de invertir la tendencia, en diferentes ámbitos. Se organizan ferias y otros eventos parecidos que ponen de realce la quesería artesanal y tradicional (en Tequisquiapan, Villahermosa, Morelia, Ocosingo, Cotija, etcétera). Se formó un grupo “auto declarado” como “Consejo Regulador del Queso”, con actores involucrados en particular en la valorización del queso añejo de Zacatecas, para promover y defender los quesos genuinos mexicanos, por diferentes medios (certificación y control, normalización, mercadotecnia, promoción). A nivel de la academia, se dieron varias iniciativas, retomando los pasos del camino abierto por A. Villegas. Pero quedan muchos esfuerzos, tanto a nivel legal, burocrático, político, organizativo y económico para conocer, reconocer y valorizar estos productos marginados, en una lógica de preservación y valorización de los sistemas productivos tradicionales. Más de los discursos y buenas intenciones, un instrumento más concreto para revalorizar los quesos tradicionales ha sido utilizar las indicaciones geográficas (denominaciones de origen y marcas colectivas). La problemática de ese trabajo fue entonces analizar de que forma una sello de calidad territorial podría impulsar una nueva trayectoria en los Sistemas Agroalimentarios Localizados de quesos tradicionales, y como se construya y se materializaba o no esta nueva trayectoria. Hemos elegido analizar los procesos de calificación de tres quesos tradicionales en México, a través la obtención de una marca colectiva (MC) de tipo indicación geográfica: el queso Cotija de la Sierra de Jalmich, el queso Bola de Ocosingo, y el queso Crema de Chiapas.

Para Nuñez (2007), las denominaciones de origen ofrecen para los quesos tradicionales la posibilidad de desarrollo comercial, con precios revalorizados, sin tener que menospreciar la historia y la cultura local. Estima que unos 25-30 quesos tienen el potencial de beneficiarse de esta figura, basada en un reconocimiento de su tipicidad y de su anclaje territorial a través de factores naturales como humanos. Sin embargo, revalorizar y activar la historia, el origen geográfico y los atributos intrínsecos de los quesos tradicionales para diferenciarlos y así agregarlos valor e insertarlos en un mercado globalizado, en el “vaivén globalizante”, requiere diversas acciones, muchas de ellas

colectivas: organización, mejoramiento de la calidad sanitaria, desarrollo del mercado, control y certificación, etcétera. Una indicación geográfica (IG) no tiene valor por sí misma, sino que se debe construir este valor, a partir de la especificidad histórica y geográfica del queso. Se requiere encontrar además cierto equilibrio entre innovaciones técnicas (en particular en relación con los aspectos sanitarios) y comerciales y revalorización patrimonial. Sin embargo, tal dinámica no depende solamente de la situación del sistema productivo local y del proceso mismo de construcción de la IG. En efecto se relaciona también con dispositivos a nivel nacional (ellos mismos conectados con dispositivos globales), dispositivos que son de diferentes índoles: institucionales, cognitivos y técnicos, principalmente.

En México, la valorización y calificación de los productos alimenticios tradicionales se enmarcan en un contexto particular, desde varios ámbitos. A nivel institucional, el marco legal sobre los productos tradicionales existente (denominaciones de origen y marcas colectivas) es ambiguo y a veces escasamente aplicado. Las metas en cuanto a los productos tradicionales son diversas según los actores, entre un oportunismo comercial y una voluntad de promover el desarrollo a través de la activación de un patrimonio. Entre los dos, existen diferentes posturas intermedias y combinadas. La posición del Estado favorece en general el primer aspecto, como lo demuestra la visión del IMPI sobre denominaciones de origen (mercadotecnia y protección del mercado, más que protección de un patrimonio, saber-hacer tradicional y promoción del desarrollo). Si la tradición y el patrimonio cultural son puestos en alto en ciertos discursos oficiales, la realidad es a menudo opuesta.

Esta postura del Estado no es fortuita: expresa la elección por una vía de desarrollo que excluye los productos y actividades tradicionales, consideradas como rezagadas, y ve en la industrialización, la exportación y la “libre” competencia los factores necesarios al progreso. Es además compartida y apoyada por un gran número de profesionales: técnicos, agrónomos, funcionarios, productores. Concuere con las políticas de desarrollo agropecuario y agroalimentario vigentes, que incentivaron opciones técnicas y padrones productivos (y de consumo) homogéneos, basados en un estándar de producción y producto y en una organización industrial de las cadenas productivas. En estas condiciones, las denominaciones de origen no cumplieron hasta ahora su función potencial de herramientas para desencadenar trayectorias de desarrollo territorial endógeno, alrededor de la protección y valorización de un patrimonio colectivo; el caso del Tequila lo ilustra perfectamente. Por su parte, el marco sectorial no es más apropiado: la regulación de los usos de denominaciones queseras es casi inexistente, mientras que las normas sanitarias son muy drásticas e inadecuadas, al ignorar totalmente la problemática propia a una quesería artesanal y tradicional. No se deja realmente la opción al consumidor de elegir, dado el bajo nivel de información. Estas constataciones

pueden parecer paradójal en un país que fue de los primeros en reconocer la figura de denominación de origen, y puso en alto su gastronomía, con la creación del Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana y la clasificación por la UNESCO de la cocina y gastronomía mexicanas como Patrimonio cultural inmaterial de la humanidad.

El contexto sectorial y legal frena directamente los procesos de calificación, al negar por ejemplo reconocer el estatuto específico de una denominación geográfica, y de manera general al desincentivar las iniciativas que buscan apoyar el sector de los productos artesanales. Pero la calificación territorial y la construcción de una IG no pueden ser reducidas a una lucha entre lo global, lo nacional y lo local. En efecto, la problemática de los procesos de calificación territorial y de la construcción de IG es en primer lugar un proceso meramente local, que remite a operaciones de identificación, selección, y apropiación de un conjunto de recursos territoriales. Estos recursos, incorporados al producto, están a la base de la calidad específica territorial del producto. En el caso de los quesos tradicionales, se tratan de un conjunto de recursos materiales e inmateriales: medio natural, saber-hacer ganadero y quesero, convenciones de calidad, organización del trabajo, etcétera. Es porque un queso tradicional incorpora un conjunto de recursos territoriales que puede ser considerado como un patrimonio colectivo, un bien colectivo local. La construcción de una IG puede entonces analizarse de dos maneras: como la construcción de un sello de calidad, de una señal hacia los consumidores para indicar y garantizar ciertos atributos de calidad; y como la formalización, la institucionalización y/o la reconfiguración de modalidades de acceso, uso y manejo de un bien colectivo complejo, vinculado a diferentes recursos territoriales y dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos.

El reto de la construcción de una IG puede dar lugar a diferentes dinámicas, diferentes maneras de abordar una IG por los actores implicados. Si el marco nacional influye directa o indirectamente sobre las reglas aplicadas a nivel local y los esquemas cognitivos, la construcción de la IG se basa también en dispositivos locales, y al mismo tiempo los reconfigura. Así, a partir de una situación inicial dada, el proyecto de construcción de una IG da lugar a la formación de una arena sociopolítica, con diferentes tipos de participantes, actores principales y secundarios. Cada actor lleva motivaciones, intereses y posiciones propios. Después, la construcción de la IG remite a un proceso de confrontación y negociación, donde se articulan y jerarquizan estos diferentes elementos, entre dinámicas de composición (hibridación), superposición y oposición. Esas dinámicas son multifactoriales e más o menos inestables, y deben ser abordadas “en acción” para analizarlas. Movilizan un conjunto de recursos estratégicos, de los cuales son dotados asimétricamente los diferentes actores. También se enmarcan en interacciones con el nivel global y nacional, desde arriba

hacia abajo (de lo nacional a lo local), pero también desde abajo hacia arriba (de lo local a lo nacional).

Al final, un proceso de calificación resulta en la emergencia de nuevos dispositivos institucionales, cognitivos y técnicos en los sistemas productivos tradicionales: reglas de uso, organizaciones, ideas y representaciones, prácticas y técnicas,... Estos nuevos dispositivos reflejan directamente el proceso de construcción de la IG, en particular el juego entre las diferentes motivaciones, intereses y posiciones; y reflejan también a menudo la interacción y la relación de fuerza entre actores locales y nacionales (IMPI, Salubridad, ...). Esos nuevos dispositivos tienen consecuencias importantes, y replantean el vínculo entre el queso tradicional, el territorio y los actores locales (y también externos).

De manera esquemática, podemos oponer dos modelos ideales de construcción de una IG, a partir del análisis de los estudios de caso: el proceso patrimonial vs. el proyecto patrimonial. En el primer caso, la IG se integra en una temporalidad larga, una visión compleja y sistémica del producto patrimonial como bien colectivo, y en instituciones y organizaciones incluyentes (horizontal, vertical y territorialmente); favorece procesos de patrimonialización (apropiación colectiva pública y local). El segundo modelo se inscribe en el corto plazo, se basa en una visión monolítica del producto patrimonial, en el marco de instituciones y organizaciones más exclusivas; favorece más bien procesos de deconstrucción patrimonial, de despatrimonialización (apropiación colectiva privada, local o extra-local), de desvinculación entre el territorio y el producto, reducido a una denominación y una reputación puestas en escena. Cada modelo se caracteriza a través de los dispositivos institucionales, cognitivos, y técnicos que moviliza, cree y legitima. Los tres casos analizados integran elementos de los dos modelos, sin embargo hay siempre una tendencia dominante.

El proyecto de obtención de una MC para el queso Crema de Chiapas se enfoca sobre todo en la cuestión comercial, y no tanto en los aspectos de patrimonio o de desarrollo local y patrimonialización. Para el queso Cotija, la patrimonialización ha sido una reivindicación explícitamente puesta al centro de la construcción de la MC, que coordina y da sentido a las diferentes acciones llevadas. Esto ha favorecido en parte a un proceso integral e integrador de desarrollo territorial: inclusión de todos los productos interesados, mejoras en precio, hibridación de saberes, reconocimiento en diferentes ámbitos del queso Cotija y de sus productores,... Al contrario la MC del queso Bola de Ocosingo, cuyo planteamiento inicial ha sido solamente comercial, tuvo otras consecuencias: estandarización del proceso, exclusión de productores legítimos, tensiones, etc. Los factores que explican esas diferencias son múltiples. El tipo de producto en sí no influye tanto, sino que los factores explicativos se relacionan más bien con los actores implicados en el proceso, sus

intereses, competencias, capacidades, y recursos; y su voluntad y capacidad de resistencia para ir a “contra-corriente”. Es necesario hacer intervenir diferentes recursos de mediación, para coordinar varios elementos humanos y no humanos (saberes, convenciones de calidad, técnicas,...), como por ejemplo elementos del ámbito formal con los del ámbito informal, de los cuales provienen los quesos tradicionales. Pero estos recursos de mediación son a menudo escasos, y la dinámica colectiva es difícilmente mantenida a largo plazo. Además, el proceso patrimonial implica a menudo recursos estratégicos de los cuales los productores son poco dotados; pueden entonces volverse dependientes de otros actores, lo que dificulta su apropiación del proceso. Se plantea entonces la cuestión de la inducción de tales procesos y de su construcción colectiva. Los actores enfrentan entonces típicamente una problemática de activación de un sistema productivo local, donde es necesario pasar de una coordinación débil, a coordinaciones más fuertes, más institucionalizadas, horizontal, vertical y territorial, alrededor de una finalidad común. Si no se logra reforzar la acción colectiva e inscribirla en el tiempo, los sistemas productivos queseros tradicionales seguirán siendo más bien áreas de especialización, con bajo nivel de coherencia, cooperación y eficiencia colectiva. Se constata entonces que la calificación territorial no basta de por sí a activar una trayectoria de desarrollo endógeno e inclusiva; no es mecánico. Al contrario, puede remitir a operaciones llevadas por un grupo reducido de actores, locales o no, que buscan apropiarse y controlar el producto tradicional, únicamente por sus propios intereses. Es solamente si el proceso de calificación es concomitante a un proceso de patrimonialización, que reconoce e instituye el producto tradicional como un patrimonio colectivo, un bien complejo y colectivo, que puede generarse una dinámica de tipo Sial, con cohesión y eficiencia y colectiva.

La cuestión es entonces de saber si la calificación es vista como un proceso integral y de largo plazo, y no solamente como un proyecto. Esto requiere un cambio profundo por parte tanto de los actores productivos como de los actores institucionales que los acompañan. Pero ¿cuál será la voluntad y la capacidad de los actores de hacer algo más que una marca comercial, para lanzar un proceso de calificación y patrimonialización? ¿En cuales condiciones la innovación institucional y organizacional puede constituir una alternativa a la innovación tecnológica, que busca siempre imponer el todo poderoso modelo Holstein? El problema es que las IG no son en sí más vinculadas a un modelo más que a otro; son una especie de cajas vacías. Ni la DO ni la MC constituyen una condición suficiente para mejorar los precios de los productos, favorecer el “*empowerment*” de los actores locales, incentivar procesos de desarrollo local, proteger el patrimonio natural y cultural. Mucho depende del camino que llevó a su obtención. Una IG debe verse entonces como un conjunto de situaciones de innovación, cuyos consecuencias e impactos son bastante diversos. El estudio de

los quesos tradicionales mexicanos nos revela una realidad que, si dependen en parte del contexto mexicano, puede al final generalizarse a las IG en el mundo y los sellos de calidad en general.

Sin embargo, podemos pensar que las IG son, por definición y por naturaleza, estrechamente vinculadas a las dos caras definidas por el enfoque de economía patrimonial, pues están a la interfaz entre lo mercantil y lo patrimonial. Sin patrimonialización, no es posible generar una renta monopólica para la comercialización; sin comercialización, no hay sustentabilidad económica de la actividad quesera tradicional, y por lo tanto amenaza con desaparecer. El problema es entonces ¿cómo integrar esos dos aspectos en las estrategias? ¿Cómo sobrepasar estas constricciones inherentes a la mercantilización de lo auténtico?

No pretendemos en este trabajo hacer recomendaciones específicas; o más bien las recomendaciones podrán ser vistas a lo largo del análisis de las diferentes trayectorias de calificación. De hecho, más que recomendaciones para los productores, hace falta una atención, una capacidad para escuchar y entender sus necesidades, rompiendo con esquemas verticalistas descendientes. Es un reto muy difícil dado las inercias fuertes, tanto “arriba” como “abajo”.

En fin, el logro de los actuales y futuros procesos de calificación de los quesos tradicionales dependerá sin lugar a dudas de la movilización de los actores, de su capacidad de crear coaliciones que junten competencias y recursos estratégicos que son a menudo demasiados dispersos.

Bibliografía y literatura citada

Abdelmalki, L., Dufourt, D., Kirat, T. et Requier –Desjardins, D. (1996). Technologie, institutions et territoires : le territoire comme création collective et institutionnelle. *Dynamiques territoriales et mutations économiques*. Pecqueur, B. (dir.), L'Harmattan, Paris, pp. 177-194.

Abrahamer R., F. (2007). Globalization in rural Mexico- three decades of change. University of Texas Press. 193 pp.

Aguilar B., U., Román P., H., Garcia P. TB, López G., I. y Román P., SI. (2007). Impacto del uso de tecnología en la ganadería bovina de doble propósito en el estado de Veracruz. *In: Beatriz A. Cavallotti Vázquez, Benito Ramírez Valverde y Carlos F. Marco Álvarez. Ganadería y desarrollo rural en tiempo de crisis. Universidad Autónoma Chapingo. pp. 307-317.*

Aguilar, E. y Lozano, C. (2006). Las denominaciones de origen de aceite en Andalucía y el nuevo escenario rural europeo. *In: III Congreso Internacional de la Red SIAL "Alimentación y Territorios, Baeza, España, 18-21 de octubre 2006. 33 p.*

Akerlof, G. (1970). The market for "Lemons": quality uncertainty and the market mechanism. *Quartely Journal Economics*, **84**: 488-500.

Akerlof, G. and Kranton, R. (2000). Economics and identity. *The Quarterly Journal of Economics*, **115**, (3): 715-753.

Akerlof, G. and Kranton, R. (2005). Identity and the Economics of Organizations. *The Journal of Economic Perspectives*, **19**, (1) : 9-32.

Alcázar M., C., Rubio L., M., Nuñez E., F. y Alonsa M., R. (2006). Detección de Salmonella SPP y Listeria Monocytogenes en quesos frescos y semimadurados que se expenden en vía pública en la ciudad de México. *Veterinaria México*, **37**, 4: 417-429.

Alfa-editores. (2009). Crece la producción de leche en México desde 10 años: SAGARPA. http://www.alfaeditores.com/web/index.php?option=com_content&task=view&id=1280&Itemid=28 . Consultado el 22/08/2010.

Allaire G. and Wolf S. (2004). Cognitive Representations and Institutional Hybridity in Agrofood System of Innovation. *Sciences, Technology and Human Values*, 29 (4): 431-458.

Allaire, G. (2002). L'économie de la qualité, en ses territoires, ses secteurs et ses mythes. *Géographie, Économie et Société*, **4**, n°2 : 155-180.

Allaire, G. et Daviron B. (2006). Régimes d'institutionnalisation et d'intégration des marchés (le cas des produits agricoles et alimentaires). *Journées du GDR « Economie et sociologie », Les nouvelles figures des marchés agroalimentaires*. Montpellier.

Allaire, G. et Dupeuble, T. (2003). De la multifonctionnalité à la multi-évaluation de l'activité agricole. *Économie rurale*, **275**(1): 51-65.

Allaire, G. et Dupeuble, T. (2004). Des concepts aux indicateurs du développement durable : multidimensionnalité et responsabilisation. Développement durable et territoires [En línea], Varia, mis en ligne le 21/01/2004. <http://developpementdurable.revues.org/index678.html> Consultado el 09/08/2009.

Allaire, G. et Sylvander B. (1997). Qualité spécifique et systèmes d'innovation territoriale. *Cahiers d'économie et de sociologie rurale*, **44**: 27-59.

Allaire, G. and Thévenod-Mottet, E. (2009). Diversity in typicity : how geographical indications could become an international standard. *In: Colloque « Localiser les produits », UNESCO, Paris, 9-11 juin 2009. 10 pp.*

Altenburg, T. and Meyer-Stamer, J. (1999). How to promote Clusters: Policy experiences from Latin America. *World Development*, Special Issue on Enterprise Clusters, **27**(9): 1693-1713.

Álvarez Barajas, R., Barragán López, E. y Chombo Morales, P. (2004). Reglas de uso de la Marca Colectiva Queso Cotija, Región de Origen, Zamora, El Colegio de Michoacán, 20 pp.

Álvarez M., A. y Flores M., A. (2005). La calidad como factor de desarrollo regional del sistema de lácteos en México. *In: Desarrollo regional y sustentabilidad en México*. Conacyt, UAM-Xochimilco, El Colegio de Sonora. pp: 567-587.

Álvarez M., A., Montañó B., E. y Flores M., A. (2008). La estrategia de integración de cadenas agroalimentarias en México. *In: 4º congreso internacional de la red SYAL*, Mar del Plata, oct. 2008.

Álvarez, A. (1994a). Marché du lait et autosuffisance nationale. Le rôle de la filière tropicale au Mexique. *Cahiers des Sciences humaines*, **30** (4): 667-686.

Álvarez, A. (1994b). La transformation du système laitier national et des filières tropicales au Mexique: stratégies d'adaptation des acteurs face à l'objectif d'autosuffisance alimentaire. Thèse pour l'obtention du doctorat en agro-économie, Ecole Nationale Supérieure d'Agronomie de Montpellier. 282 pp. y anexos.

Álvarez, A., F. Boucher, F. Cervantes E. y A. Espinoza (2007). *Agroindustria rural y Territorio. Tomo II: Nuevas tendencias en el análisis de la lechería*. UAEM, Toluca, México.

Amigo C., J. (2008). Las denominaciones de origen como herramienta para la competitividad. *In: Primer Congreso Mesoamericano y del Caribe de Cafés de Calidad por su Origen*, Veracruz.

Andrés A., J. (1996). La producción agropecuaria y forestal de la región de Cotija-Los Reyes, Michoacán.

Archwamety, R. (2007). Cotija adds a zing to dishes as the "Mexican Parmesan". *Cheese Market News*, september 28. <http://www.cheesemarketnews.com/>. Consultado el 21/09/2009.

Austin, J. and Esteva, G. (1987). Food policy in Mexico: The search for self sufficiency. Cornell University Press, Ithaca, NY, 383 pp.

Ayala E., J. (2001). Estado y desarrollo. La formación de la economía mixta mexicana en el siglo XX. UNAM. 500 pp.

Ayala, J. (1999). Instituciones y economía. Una introducción al neo-institucionalismo económico. 397 pp.

Bailly, A. et Ferras, R. (1997). *Eléments d'épistémologie de la géographie*. Ed. Armand Colin, Paris. 191 pp.

Baisnée, P.F. (1989). De vacas y rancheros. Ed. CEMCA. 186 pp.

Barham, E. (2003). Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling. *Journal of Rural Studies*, **19**: 127-138.

Barjolle, D. and Sylvander, B. (2002). Some factors of success for "Origin Labelled Products". *In: Agrifood supply. Chains in Europe: Market, Internal Ressources and Institutions*. Economie et Société, Cahiers de l'ISMEA, Série Développement Agroalimentaire, **25**(9-10) : 1441-1461.

Barragán L., E. (1990). Más allá de los caminos, los rancheros del Potrero de Herrera, Zamora, El Colegio de Michoacán. 220 pp.

Barragán L., E. (1994). De recoins en recoins. Formation et glissement des sociétés rancheras dans la formation du Mexique moderne. Thèse pour l'obtention du doctorat en Etudes Rurales, Université Toulouse-Le Mirail, 233 pp.

Barragán L., E. (1997a). La Rancherada en México, S.A. de C.V. 13 pp.

- Barragán L., E. (1997b). Con un pié en el estribo. Formación y deslizamientos de las sociedades rancheras en la construcción del México moderno. Zamora, El Colegio de Michoacán – Red Neruda. 297 p.
- Barragán L., E. (2003). Por una orientación plural del porvenir. Proceso de certificación y patrimonio cultural en la Sierra de Jalmich. Estudios Michoacanos. O. González. Zamora, El Colegio de Michoacán. **10**: 219-243.
- Barragán, E. (2009). La tradición del Cotija: un autentico queso mexicano. Crónicas Lácteas, **2**: 14-16.
- Barragán, E. (ed.) (2005). Gente de campo. Patrimonios y dinámicas rurales en México. Colegio de Michoacán, Zamora. 2 volúmenes.
- Barragán, E. y Chávez Torres, M. (1998). El queso Cotija se nos va de las manos. Manufacturas de Michoacán. V. Oikión. Zamora, Michoacán, Colegio de Michoacán.
- Barragán L., E., Chavez T., M. et Linck, T. (2010). Choix technique et patrimonialisation : les enjeux de la qualification du fromage de Cotija. In : Muchnik, J., De Sainte Marie, C. (Coordinateur). Le temps des Syal : techniques, vivres et territoires. Editions Quae, Versailles. pp. 101-121
- Barrère C., Barthélémy D., Nieddu M. et Vivien, FD. (2004). (Re)penser la catégorie économique du patrimoine ? Géographie, Economie et Société, n°3(6) : 237-242.
- Barrère, C. (2003). Un processus évolutionnaire de création institutionnelle d'une convention de qualité : l'histoire exemplaire de la création d'un produit de luxe, le champagne. ECONOMIE APPLIQUEE, t. LVI(3) : 133-169.
- Barrère, C. (2005). Les dynamiques économiques du patrimoine. In : Barrère *et al.*, Réinventer le patrimoine. De la culture à l'économie, une nouvelle pensée du patrimoine ? pp : 109-120.
- Barrère, C. (2007). Vers une théorie économique substantiviste du patrimoine. ECONOMIE APPLIQUEE, t. LX(3) : 7-30.
- Barrillot, S. (2003). La théorie des clubs, une redéfinition du principe coopératif. Thèse pour l'obtention du titre de Docteur en économie, Université de Versailles Saint Quentin en Yvelines, 363 pp.
- Barthélémy, D. (2005). L'institution d'un patrimoine professionnel en agriculture. In Barrère, C. *et al.* Réinventer le patrimoine. De la culture à l'économie, une nouvelle pensée du patrimoine ? pp : 197-221.
- Barthélemy, D. et M. Nieddu (2003a). La multifonctionnalité de l'activité agricole. In : D. Barthelemy, H. Delorme, B. Losch, C. Moreddu and M. Nieddu (eds). La multifonctionnalité de l'activité agricole, SFER/Educagri Editions/CIRAD, pp : 107-140.
- Barthélémy, D. et Nieddu, M. (2003b). Biens marchands, biens identitaires et multifonctionnalité agricole. In : Barthélemy, D., Delorme, H., Losch, B., Moreddu, C., Nieddu, M., (coord), La multifonctionnalité de l'activité agricole, SFER/Educagri Editions,/CIRAD, pp. 107-140.
- Barthélémy, D. et Nieddu, M. (2004). Multifunctionality as a concept of duality in economics: an institutionalist approach. 90th EAAE Seminar: multifunctional agriculture, policies and markets: understanding the critical linkages. Rennes, France, 28-29 oct 2004. 12 p.
- Barthélémy, D. and Nieddu M. (2007). Non-trade concerns in agricultural and environmental economics : How J.R. Commons and Karl Polanyi can help us. Journal of economic issues, vol **41-2/2007**: 19-527.
- Barthélémy, D., Nieddu M. et Vivien FD. (2005). Economie patrimoniale, identité et marché. In : Barrère *et al.*, Réinventer le patrimoine. De la culture à l'économie, une nouvelle pensée du patrimoine ? pp : 121-150.

- Bassols B., A. (1974). La Costa de Chiapas: un estudio económico regional. 163 pp.
- Bchir, M.A. et Bachtta, M.S. (2008). Analyse de l'association d'irrigants sous forme d'un « bien club ». *In* : M. Kuper, A. Zaïri, (ed.) Economies d'eau en systèmes irrigués au Maghreb. Actes du troisième atelier régional du projet Sirma, Nabeul, Tunisie, 4-7 juin 2007. 9 p.
- Becattini, G. (1979). Dal settore industriale al distretto industriale. Alcune considerazioni sull'unità di indagine dell'economia industriale. *In*: Rivista di Economia e Politica industriale, vol. 5, n° 1.
- Becattini G. and Omodei L. (2002). Rural local identities and Globalization. *In* : A. Cristovão, L. And Omodei (eds), Farming and Rural Systems Research and Extension, International Farming Systems Association, Florence, April 8-11. 15 p.
- Beccattini G., et Rulliani E. (1995). Système local et marché global, le district industriel. In Rallet A. et A. Torre (dir.), Economie industrielle et Economie spatiale, Economica (ed.).
- Belletti, G., Brunori, G., Marescotti, A. and Rossi, A. (2002). Individual and collective levels in multifunctional agriculture. *In*: 1er congrès international du réseau SYAL, Montpellier, France, oct. 2002. 22 p.
- Bello O., R. (2009). El Sistema Agroalimentario Localizado (Sial): otra visión de la lechería de la región centro de Michoacán. Tesis para la obtención del grado de Doctor en Problemas Económico-Agroindustriales del CIESTAAM, UA Chapingo. 124 pp. y anexos.
- Benko, G. (2002). Desarrollo regional: revisando las últimas décadas. In: La realidad económica actual y las corrientes teóricas de su interpretación: un debate inicial. Leticia Campos Aragón (coord.). Colección Libros de la Revista Problemas del Desarrollo/Nueva Época. pp: 347-369.
- Benko, G. et Lipietz, A. (eds) (1992). Les régions qui gagnent. Districts et réseaux : les nouveaux paradigmes de la géographie économique, Paris, P.U.F., 424 pp.
- Bérard L. et Marchenay P. (1998). Avant-propos : Patrimoine vivant, montagne et biodiversité. Revue de géographie alpine, Vol **86** (4): 7-14
- Bérard, L. y Marchenay P. (2004). Les produits de terroir. Entre cultures et règlements. Paris, CNRS Éditions, 229 p.
- Bérard, L. et Marchenay, P. (2007). Produits de terroir. Comprendre et agir. CNRS. 61 pp.
- Bérard, L., Hirczak, M., Marchenay, P., Mollard, A. et Pecqueur, B. (2005). Le panier de biens : une construction patrimoniale et territoriale. L'exemple de la Bresse. *In*: Symposium PSDR "Territoires et enjeux du développement régional", Lyon, 9-11 mars, 16 p.
- Bernabéu, R., Martínez-Carrasco, L., Brugarolas, M., y Díaz, M. (2007). Estrategias de diferenciación del vino tinto de calidad en Castilla-La Mancha (España). Agrociencia, **41** (5): 583-595.
- Bessière, J. (2001). Valorisation du patrimoine gastronomique et développement territorial : le Haut Plateau de l'Aubrac, Le Pays de Roquefort et le Périgord Noir. Ed. l'Harmattan, Collection Logiques sociales, Paris, 364 pp.
- Bessière, J., Barthe, L., Mognard, E., Pilleboue, J., Rayssac, S., Soulenq, E. et Tibère, L. (2010). Patrimoine alimentaire et innovations essai d'analyse typologique sur trois territoires de la région Midi-Pyrénées. *In*: ISDA 2010 Congress-Innovation and Sustainable Development in Agriculture and Food, 28 June - 1 July 2010, Montpellier, France. 12 p.
- Biénabe, E., Bouche, F., Cerdan, C. et Fournier S. (2004). Durabilités des SYAL dans les pays en développement: le rôle des ressources spécifiques et de l'action collective. *In*: Colloque International sur le Développement Durable et Globalisation dans l'Agroalimentaire, AIEA2, 2004-08-23/2004-08-24, Québec, Canada. 16 p.

Bierschenk, T. et Olivier de Sardan, J.P. (1998). « ECRIS : enquête collective rapide d'identification des conflits et des groupes stratégiques », In : Bierschenk et Olivier de Sardan, eds, LES POUVOIRS AU VILLAGE : LE BENIN RURAL ENTRE DEMOCRATISATION ET DECENTRALISATION. Paris, Karthala. pp. 253-272

Billaudot, B. (2004). À propos de deux questions concernant le concept de patrimoine : de quels éléments se compose un patrimoine et quels en sont les titulaires possibles ?, Géographie Économie Société, n°3(6) : 291-301.

Billaudot, B. et Colletis-Wahl, K. (2006). Un réexamen de la proximité : de la nécessité de distinguer deux types de *going concern*, le territoire et l'organisation. Les cinquièmes journées de la proximité, « La proximité entre interactions et institutions », Bordeaux 28-30 juin 2006. 31 pp.

Boisard, P. (1992). Le camembert, mythe national. Ed. Calmann-Lévy, Paris, 296 pp.

Boisard, P. et Letablier, MT. (1988). Stratégie d'innovation des PME de l'industrie laitière. Dossier de recherche du CEE, n°22. 97 pp.

Boisard, P., y Letablier, MT., 1992, La qualité dans les stratégies de restructuration des entreprises : une coopérative laitière à la reconquête du marché. Actes et Communications, **8** : 35 - 46.

Boltanski, L. et Thévenot, L. (1991). De la justification. Les économies de la grandeur. Gallimard-NRF Essais. 483 pp.

Boltanski, L. et Chiapello, E. (1999). Le Nouvel Esprit de Capitalisme. E. Gallimard-NRF Essais. 843 pp.

Bom Konde, PC., Muchnik, J. and Requier-Desjardins, D. (1998). Casting and celebrity of some african food. Sélection et diffusion des savoir-faire agroalimentaire en Afrique, de la valeur d'usage à la valeur marchande.

Bom Kondé, P.C., Muchnik, J. et Requier-Desjardins D. (2001). Les savoir-faire agroalimentaires, de la valeur d'usage à la valeur marchande. Etudes et Recherches sur les Systèmes Agroalimentaires et le Développement, **32**: 97-110.

Borbolla-Sala M., Vidal P., MC., Piña G., O., Ramírez M., I. y Vidal V., JJ. (2004). Contaminación de los alimentos por *Vibrio Colerae*, Coliformes fecales, *Salmonella*, Hongos, Levaduras y *Staphylococcus Aureus* en Tabasco durante 2003. Salud en Tabasco, **10** (1-2): 221-232.

Boucher, F. (2001). Una visión territorial de la AIR: los Sial. Avances conceptuales. Documento de trabajo (no editado). Enero del 2001. 15 p.

Boucher, F. (2004). SYAL : Enjeux et difficulté d'une stratégie collective d'activation des concentrations d'agro-industries rurales. Le cas des fromageries rurales de Cajamarca, Pérou. Thèse pour l'obtention du titre de Docteur en économie, Université de Versailles Saint Quentin en Yvelines, novembre 2004. 436 p.

Boucher, F. (2006a). La leche como instrumento de desarrollo regional. Tendências e avanços do agronegócio do leite nas Américas, economia e mercados. Actas del 9º congreso panamericano de la leche. Porto Alegre, Brasil, FEPALE, EMBRAPA y AGL.

Boucher, F. (2006b). Agroindustria Rural y Sistemas Agroalimentarios Locales, nuevos enfoques de desarrollo territorial. In: III Congreso Internacional de la Red SIAL "Alimentación y Territorios, Baeza, España, 18 – 21 de Octubre 2006. 23 p.

Boucher, F. (2009b). Reflexiones en torno al enfoque SIAL: evolución y avances desde la Agroindustria Rural (AIR) hasta los Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL). In: Seminario internacional sobre SIAL en México, Jiquilpan, México, nov. 2009.

Boucher, F., Carimentrand, A., et Requier-Desjardins, D. (2003). « Agro-industrie rurale et lutte contre la pauvreté : les Systèmes Agroalimentaires Localisés contribuent-ils au renforcement des «

capacités ». In : 3ème Colloque sur l'Approche des Capacités, Université de Pavie, 7-9 septembre 2003. 20 pp.

Boucher, F. Requier-Desjardins, D. et Carimentrand, A. (2004). La globalisation et les processus de « (dé-)clusterisation » des concentrations d'agro-industrie rurales en Amérique Latine : le cas d'un fromage typique du Pérou. In : Colloque AIEAL sur le Développement Durable et la Globalisation dans l'Agroalimentaire. 15 p.

Boucher, F. et Muchnik J. (Ed.) (1998). Les agro-industries rurales en Amérique Latine. Cirad, Montpellier. 351 pp.

Bouquet, E. (1997). Interacción de los niveles globales y locales en relación con el manejo de la tierra agrícola: el caso de Tlaxcala (México). Ponencia presentada en el Congreso LASA, abril 1997. Guadalajara, México.

Bouquet, E. (2006). Politiques publiques et changements institutionnels: légalisation, formalisation et sécurisation des transactions foncières au Mexique. Colloque « Les frontières de la question foncière ». p 17.

Bourdieu, P. (1988) [1979 primera edición]. La Distinción: criterios y bases sociales del gusto. Madrid: Taurus.

Bourdieu, P. (2005). Principles of an Economic Anthropology. In: Smelser, N., Swedberg, R. (ed.), The handbook of Economic Sociology, 2nd edition. pp: 75-89.

Bowen, S. (2008). Geographical indications: Promoting local products in a global market. Tesis para la obtención del grado de Doctor of Philosophy (Sociology) - University Of Wisconsin-Madison. 222 pp.

Bowen, S. (2010). Embedding Local Places in Global Spaces: Geographical Indications as a Territorial Development Strategy. *Rural Sociology*, **75**(2): 209-243.

Bowen, S. and Valenzuela A. (2009). Geographical indications, terroir, and socioeconomic and ecological sustainability: The case of tequila. *Journal of Rural Studies*, **25**: 108-119.

Boyer, R. (2001). L'après consensus de Washington: institutionnaliste et systémique. *L'année de la régulation 2001. Economie, institutions, pouvoirs*, Presses de Sciences-Po: 13-56.

Boyer, R. (2003). Les institutions dans la théorie de la régulation. CEPREMAP Working Papers (Couverture Orange). 19 p.

Boyer, R. et Saillard, Y. (dir.) (2002). Théorie de la régulation. L'état des savoirs. Ed. La Découverte-Recherche. 588 pp.

Bricas, N. (2002). Des éléments pour une typologie des problèmes de qualité. Communication atelier de travail « Coordination et qualité dans les filières agricoles du sud » 5 septembre 2002. ENSAM-INRA Montpellier. 6 p.

Buchanan, J. (1965). An Economic Theory of Clubs. *Economica*, **32** (125) : 1-14.

Burt, R.S. (1992). Structural holes: the social structure of competition. Ed. Harvard UP, 310 pp.

Bustar Alimentos (2008). Situación actual y problemática: producción de queso Cotija. 22 p.

Callon, M., Méadel, C. and Rabeharisoa, V. (2002). The Economy of Qualities», *Economy and Society*, **31**(2): 194-217.

Calmette, JF. (2004). La rareté dans le droit public. Ed. L'Harmattan, Paris. 379 pp.

Cambio de Michoacán (2008). Peligra la Denominación de Origen de varios productos michoacanos. 26 de mayo de 2008. <http://www.cambiodemichoacan.com.mx/imprime.php?id=80837&PHPSESSID=9f2a02c274f5890e89a31d205a23c55b>. Consultado el 27/07/2008.

- Capecchi, V. (1987). Formation professionnelle et petite entreprise : le développement industriel à spécialisation flexible en Emilie-Romagne. Revue formation et emploi, n°19, July-September 1987: 3-18.
- Carimentrand, A. (2008). Les enjeux de la certification biologique et équitable du quinoa (*Chenopodium Quinoa Willd.*) du consommateur au producteur. Thèse pour l'obtention du titre de Docteur en économie, Université de Versailles Saint Quentin en Yvelines. 465 pp y anexos.
- Caron, P., Reig, E., Roep, D., Hediger, W., Le Cotty, T., Barthélemy, D., Hadyńska, A., Hadyński, J., Oostindie, H.A. and Sabourin, E. (2008a). Multifunctionality: refocusing a spreading, loose and fashionable concept for looking at sustainability? Int. J. Agricultural Resources, Governance and Ecology, **7** (4/5): 301–318.
- Caron, P., Reig, E., Roep, D., Hediger, W., Le Cotty, T., Barthélemy, D., Hadyńska, A., Hadyński, J., Oostindie, H.A. and Sabourin, E. (2008b). Multifunctionality: epistemic diversity and concept oriented research clusters. Int. J. Agricultural Resources, Governance and Ecology, **7** (4/5): 319–338.
- Carranza T., R. (2009). Lechería familiar en Aguascalientes: desintegración, problemática y cambios recientes. *In: La lechería familiar en México*. Cesin, Cervantes y Álvarez (coord.). pp. 71-107.
- Carrera C., B. (2007). Contribución al estudio de la ganadería bovina de carne: caso Zacatecas. Tesis para la obtención del grado de Doctor en Problemas Económico-Agroindustriales del CIESTAAM, UA Chapingo. 163 pp.
- Casabianca F., Sylvander B., Noël Y., Béranger C., Coulon J.B. et Roncin F. (2005). Terroir et Typicité : deux concepts-clés des Appellations d'Origine Contrôlée. Essai de définitions scientifiques et opérationnelles. *In : Symposium PSDR "Territoires et enjeux du développement régional"*. Lyon, 9-11 mars 2005. 18 p.
- Casabianca, F. (2009). Repères techniques et règles organisationnelles dans les processus de patrimonialisation. Les races animales domestiques comme enjeux d'appropriation. *In : réunion du réseau patrimonialisation, Corte, 3-4 décembre 2009*.
- Casabianca, F. et Linck, T. (2004). La calificación de los alimentos como proceso de patrimonialización de los recursos territoriales. *In: Congreso Internacional ARTE, Agroindustria Rural y Territorio*. Toluca, México. Dic. 2004.
- Casabianca, F., et Touzard, JM. (2009). PRODDIG.Promotion du Développement Durable par les Indications Géographiques. Rapport scientifique, projet ANR « PRODDIG ». Mars 2009. 15 pp.
- Cascante S., M. (2003). Concentración de queserías en las faldas del Volcán Turrialba. Informe final. PRODAR/IICA-UNA. 51 p.
- Castillo L., R. y Morales E., A. (2004). Propuesta para interpretar los cambios en el consumo alimentario en Venezuela. Agroalimentaria, **19**: 61-74.
- Castro L., C. J., Sánchez R., G., Iruegas E., L.F. y Saucedo L., G. (2001). Tendencias y oportunidades de desarrollo de la red leche en México. FIRA Boletín Informativo. Volumen XXXIII. Núm. 317. 9a. Época. Año XXX. Septiembre. México, D.F. 135 pp.
- CCDER (2004). Análisis y estrategias para el desarrollo del cluster lechero de la Ciénega de Chapala, Mich. Muñoz M. y De Luna J. (dir.). 91 p.
- CEPAL (1982). Economía campesina y agricultura empresarial. Tipología de productores del agro mexicano. Siglo XXI editores. 339 pp.
- CEPAL (1994). Tipología de Productores Agrícolas de los Ejidos y Comunidades en México.
- CEPAL (2003). Pequeñas empresas, productos étnicos y de nostalgia: oportunidades en el mercado internacional. Los casos de El Salvador y México. 44 p. y anexos.

Cerdan, C. (1999). Qualité territoriale et dynamique des entreprises. Les fromageries artisanales dans le Nordeste Brésilien. Performances Humaines et Techniques. Dossier : Anthropologie et entreprises, **101** : 32-38.

Cerdan, C. et Sautier, D. (2001). Réseau localisé d'entreprises et dynamique territoriale. Le bassin laitier de Gloria (Nordeste Brésil). Etudes et recherches sur les systèmes agraires et le développement, **32**: 131-144.

Cerdan C. et Fournier, S. (2007). Le système agroalimentaire localisé comme produit de l'activation des ressources territoriales. Enjeux et contraintes du développement local des productions agroalimentaires artisanales. *In* : La ressource territoriale, Gumuchian, H., Pecqueur, B., (dir.) Paris : Ed Economica. pp : 103-125.

Cervantes E., F. (2003). Bases y propuestas para renegociar en el TLCAN el apartado de lácteos. ¿El campo aguanta más? CIESTAAM-UAC. Chapingo, México: 165-181.

Cervantes E., F., Cesín, A. y Pérez, S. (2007). El abandono de la ganadería lechera y reconversión productiva en Chipilo, Puebla. Técnica pecuaria México, **45** (2): 195-208.

Cervantes Escoto, F., H. Santoyo y A. Alvarez (2001). Lechería Familiar : factores de éxito para el negocio. Ed Plaza y Valdez, México. 230 pp.

Cervantes Escoto, F., Villegas de Gante, A., Cesín Vargas, A. y Espinoza Ortega A. (2008). Los quesos mexicanos genuinos: Patrimonio cultural que debe rescatarse. México, Mundi Prensa, México. 186 pp.

Cervantes Escoto., F., Álvarez M., A. y Pérez S., S. (2009). Lechería familiar en los Altos de Jalisco: relaciones de contrato e integración diferenciada. *In*: La lechería familiar en México. Cesin, Cervantes y Álvarez (coord.). pp: 109-136.

Cesín V., A., Aliphath F., M., Ramírez V., B., Herrera H., JG. y Martínez C., D. (2007). Ganadería lechera familiar y producción de queso. Estudio en tres comunidades del municipio de Tetlatlahuca en el estado de Tlaxcala, México. Técnica Pecuaria, **45** (1): 61-76.

Cesín V., A., Cervantes E., F. y Álvarez M., A. (coord.) (2009). La lechería familiar en México. Ed. MA Porrua. 291 pp.

CESOP (2004). El impacto de las remesas familiares en México y su uso productivo. 60 p. <http://www.cddhcu.gob.mx/cesop/doctos/EL%20IMPACTO%20DE%20LAS%20REMESAS%20FAMILIARES%20EN%20MEXICO%20Y%20SU%20USO%20PR%85.pdf> Consultado el 15/02/2009.

CFCE (2003). La filière lait au Mexique. Les opérateurs de la production et de la transformation laitière. Direction des Relations Economiques Extérieures, Mission Economique de Mexico. 146 p.

Chabrol, D. (2004). Pas d'agriculture paysanne sans consommateurs avisés. FAO-XXIVème Conférence régionale pour l'Europe. Consultation des Organisations Non Gouvernementales et Organisations de la Société Civile. Intervention introductive à la séance de travail sur la qualité et la sécurité alimentaire.

Chamberlin, E.H. (1933). The Theory of Monopolistic Competition. Cambridge, Masse, Harvard University Press

Chan Kim, W. and Mauborgne, R. (2005). Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make Competition Irrelevant. Harvard Business School Press. 256 pp.

Chauvet, M. (1997). La Ganadería Mexicana frente al fin de siglo. Meeting of the Latin American Studies Association. 10 pp.

Chavance, B. (2007). L'économie institutionnelle. Repères-La Découverte, Paris, 119 pp.

- Chávez R., R. (2005). Impacto de la globalización y la apertura comercial sobre el abandono de la producción de leche: el caso de Chipilo, Puebla. Tesis de licenciatura para la obtención del título de licenciado en economía agrícola. UA Chapingo, 127 pp. y anexos.
- Chayanov, A.V. (1925). La organización de la unidad económica campesina. Edición de 1974, Nueva Visión (ed.) 339 pp.
- Chevallier, D., Chiva, I. et Dubost, F. (2000). L'invention du patrimoine rural. *In* : D. Chevallier (ed.) Vives campagnes. Le patrimoine rural, projet de société. Autrement, série mutations. pp : 11-55.
- Chombo M., P. (1998). Los aspectos tecnológicos en la calidad de la leche. *In*: Los rejugos de poder. Globalización y cadenas agroindustriales de la leche en occidente. CIESAS, CIATEJ, SIMORELOS, CONACYT, UAM Xochimilco, México. pp. 159-222.
- Chombo, P. (2005). Experiencia de un encuentro inesperado. La apropiación de una propuesta tecnológica para la producción artesanal con certificación de origen y calidad del queso Cotija. *In*: E. Barragán (ed.), Gente de campo. Patrimonios y dinámicas rurales en México. Zamora, El Colegio de Michoacán. pp. 481-500.
- Chombo M., P. (2008a). Sistema de calidad e inocuidad del proceso de producción artesanal del queso *Cotija Región de origen*. Informe final. FOMIX-Jalisco y CIATEJ. 13 p.
- Chombo M., P. (2008b). Sistema de calidad e inocuidad del proceso de producción artesanal del queso Cotija Región de origen. Diagnóstico, implementación y evaluación. Informe final, Anexo 1, Informe Técnico. FOMIX-Jalisco- CIATEJ. 58 p.
- CIRAD-SAR (1996). SYAL. Organisations, Innovations et Développement Local. Novembre 1996. 27 pp.
- Clark, S., Warner, H., Luedecke L. (2001). Acceptability of Queso Fresco Cheese by Traditional and Nontraditional Consumers. Food Science and Technology International, **7**(2): 165-170.
- CNAOL, INAO (2009). Produits AOC laitiers. Les chiffres clés 2008. 6 p.
- CNOG (2008), Información económica pecuaria 17. México, Confederación Nacional de Organizaciones Ganaderas, 144 pp.
- Cochet, H. (1991). Alambradas en la sierra. CEMCA-ORSTOM-COLMICH, México. 350 pp.
- Cochet, H., Leonard, E., et Tallet, B. (2006). Le métayage d'élevage au Mexique. Colonisations foncières et dynamique d'une institution agraire dans l'histoire contemporaine. *In* : Colloque international « Les frontières de la question foncière – At the frontier of land issues », Montpellier, France. 25 p.
- Codex Alimentarius (1978). Norma General del Codex para el Queso. Codex STAN A-6-1978.
- Codex Alimentarius (1991). Directrices para la conservación de la leche cruda mediante la aplicación del sistema de la lactoperoxidasa. CAC-GL-013-1991.
- Codex Alimentarius (2004). Código de uso en materias de higiene para la leche y productos lácteos. CAC/RCP 57-2004.
- Coestier, B. et Murette S. (2004). Economie de la qualité. Coll. Repères, ed. La Découverte, 122 p.
- Colletis G. et Pecqueur B., 2004. Révélation des ressources spécifiques et coordinations situées. Colloque international sur " l'économie de proximité ", Marseille, 8-9 juin 2004, Revue Economie et Institution, 17 p.
- Consejo Regulador del Tequila (CRT). (2006). Experiencia sobre Indicaciones Geográficas: comparando las opiniones de los productores. CASO TEQUILA. *In*: Simposio de Indicaciones Geográficas. Enero 11 y 12 de 2006. Lima, Perú

- Consejo Regulador del Tequila (CRT) (2007). Las Indicaciones Geográficas y el Desarrollo Territorial. CASO TEQUILA. *In*: Simposio sobre Indicaciones Geográficas. Octubre 2007. Bogotá, Colombia.
- Contreras P., M. (2007). Análisis de la situación de las agroindustrias queseras del Noroeste del estado de México ante la apertura del mercado. Tesis para la obtención del grado de Maestro en Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales, UAEM, Toluca, México. 73 pp. y anexos.
- Contreras, L. (2009). Pagan la nomina, pero no impuestos. Excelsior, 12 de noviembre de 2009. p. 8
- Convenio constitutivo del Arreglo de Lisboa relativo a la protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional (enmienda de 1979).
- Convenio de París para la protección de la propiedad industrial. Enmienda del 2 de octubre de 1979.
- Cornes, R. and Sandler T. (1996). The theory of externalities, public goods, and club goods. Cambridge University Press New York.
- Correa, C. (2004). Analyse comparative de 9 cas d’AIR de l’Amérique Latine. Mémoire de DEA. Université de Versailles-St Quentin. Sept. 2004. 108 pp. y anexos.
- Correa, C., Boucher, F. y Requier-Desjardins, D. (2004). ¿Cómo activar los Sistemas Agroalimentarios Localizados en América Latina? Un análisis comparativo. Congreso Internacional ARTE, Agroindustria Rural y Territorio. Toluca, México, diciembre 2004. 20 p.
- Courlet, C., (2001). Réseaux d’entreprises et Territoires. Regards sur les Systèmes Productifs Locaux. *In* : Les Systèmes Productifs Localisés : de la définition au modèle. pp : 17-62.
- Courlet, C. (2002). Les Systèmes Productifs Localisés. Un bilan sur la littérature. Etudes et Recherches sur les Systèmes Agraires et le Développement, **33**: 27-40.
- Courlet, C., Soulage, B. et Pecqueur, B. (1993). Industrie et dynamiques de territoires. Revue d’économie industrielle, **64** (2): 7-21.
- Cruz P., M de J (2006). Industrialización de la leche para la elaboración de queso bola de Ocosingo, en la UTS. Reporte de estadía. Universidad Tecnológica de la Selva. 19 pp. y anexos.
- Cunjamá, B. (2008). Certifica el IMPI las marcas de diez empresas chiapanecas de quesos. Periódico el Heraldito de Chiapas, 30 de julio de 2008. <http://www.inforural.com.mx/spip.php?article29636>. Consultado el 07/08/2008.
- Cuvelier, P., Torres, E. et Gachey, J. (1994). Patrimoine, modèles de tourisme et développement local. L’Harmattan, Paris, 223 pp.
- Darby, M. and Karni, E. (1973). Free competition and the optimal amount of fraud. Journal of Law and Economics, **16**: 67-88.
- De Janvry, A., Marsh, R., Runsten, D., Sadoulet, E. y Zabin, C. (1989). Impacto de la crisis en la economía campesina de América Latina y el Caribe. *In*: La economía campesina: crisis, reactivación y desarrollo. Fausto Jordan, compilador. IICA, 1989. pp. 91-205.
- De la Cruz Z., G. (1997). Alternativas para el desarrollo ganadero regional de la Costa de Chiapas. Tesis de licenciatura, UA Nuevo León. 42 pp.
- Del Valle, M. (2000). La innovación tecnológica en el Sistema Lácteo Mexicano y su entorno mundial, México, IIEc, UNAM y Miguel Ángel Porrúa. 430 pp.
- Del Valle, M. (2002). El sistema lácteo mexicano en el contexto del mercado internacional. Memorias del seminario internacional “Nuevas tendencias en el análisis socioeconómico de la lechería en el contexto de la globalización”: 25-40.
- Del Valle, M. (2007). Sistema de innovación y transformaciones socioeconómicas de la agroindustria de los quesos en México. VII Congreso ALASRU, 2007. 24 p.

- Delfosse, C. (1999). Interactions entre qualités et territoires. L'exemple des bries. Sud Ouest Européen, **6** : 41-50.
- Delfosse, C. (2007). La France fromagère (1850-1990). La Boutique de l'Histoire (ed.), Paris. 267 pp.
- Delgado C., J. (1999). La nueva ruralidad en México. Investigaciones Geográficas, **39**: 82-93. Editorial CEPAL; Santiago de Chile.
- Deraga, D. (1998). El queso tradicional de la sierra del Tigre. Estudios del hombre. pp. 227-238.
- Devautour, H., Muchnik, J. et Sautier, D. (1997). Mondialisation et différenciation territoriale : les SYAL. *In* : Colloque « Mondialisation et géostratégie agroalimentaire ». Montpellier, déc. 1997.
- Di Méo, G. (1985). Les Formations Socio-Spatiales ou la dimension infra-régionale en Géographie. Annales de Géographie, **526** : 661-690.
- Di Méo, G. (1998). De l'espace aux territoires – éléments pour une archéologie des concepts fondamentaux de la Géographie. L'Information Géographique, **3** : 99-110.
- Díaz C., E. (2008). Verificación de la inocuidad en la industria de alimentos. Seminario "Impacto de la inocuidad en la industria de alimentos". COFEPRIS. 9 de mayo de 2008. http://www.usapeec.org.mx/home/docs/Esther_Diaz_COFEPRIS.pdf. Consultado el 23/09/2008.
- Dimou, P. (2002). Les dénominations des fromages. Mémoire pour l'obtention du DEA de la Propriété Intellectuelle. Université Robert Schuman-Strasbourg III. Septembre 2002. 86 pp.
- Dorioz, JM., Fleury, P., Coulon, JB., Martin, B. (2000). La composante milieu physique dans l'effet terroir pour la production fromagère. Quelques réflexions à partir du cas des fromages des Alpes du Nord. Courrier de l'environnement de l'INRA, **40** : 47-55.
- Du Tertre, C. (2007). Création de valeur et accumulation : capital et patrimoine », ÉCONOMIE APPLIQUEE, t. **LX**(3) : 157-176.
- Duhau E. y Giglia A. (2007). Globalización e informalidad en la Ciudad de México. Prácticas de consumo y movilidad. TRACE, **51**: 28-43.
- Durston, J. (2001). Evaluando capital social en comunidades campesinas en Chile. *In* : 23º Congreso LASA. Washington.
- Dutertre, C., El Mouhoub, M., Moati, P. et Petit, R. (2000). Secteurs et territoires dans les régulations émergentes. La lettre de la régulation, **3** :. 1-4.
- Eisingerich, A.B., Simon J. Bell, S.J., Tracey, P. (2010). How can clusters sustain performance? The role of network strength, network openness, and environmental uncertainty. Research Policy, **39** : 239-253.
- El Financiero (2010). Productores de leche buscan opciones de desarrollo. Periódico El Financiero. 23 de julio de 2010.
- Ellis, F. (1993). Peasant Economics: Farm households and agrarian development. Cambridge University Press, UK, Second edition, 1993. 309 pp.
- Ellul, J. (1988). Le bluff technologique. Paris. Hachette. 748 pp.
- Escudero, S. 2001. "International Protection of Geographical Indications and Developing Countries". Working paper. South Center. 41 pp. y anexos.
- Espeitx, E. (2004). Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular. PASOS- Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol.**2** (2): 193-213.
- Espinosa A., E. (2009). La competitividad del sistema agroalimentario localizado productor de quesos tradicionales. Tesis para la obtención del grado de doctor en ciencias agropecuarias y recursos naturales de la UAEM. 177 pp. y anexos.

- Espinosa, A E., Arriaga J, C.M., Boucher, F. y Espinoza O, A. (2008). Generación de valor en una cadena tradicional leche queso, el caso de Aculco, estado de Mexico. *In* : Eds. Beatriz A. Cavallotti Vázquez, Benito Ramírez Valverde y Carlos F. Marcof Álvarez. Ganadería y desarrollo rural en tiempo de crisis. Universidad Autónoma Chapingo, pp. 163-172.
- Espinoza O., A, Álvarez M., A, Del Valle, MC. y Chauvette M. (2005). La economía de los sistemas campesinos de producción de leche en el altiplano mexicano. Técnica pecuaria México, **43** (1): 39-56.
- Eymard Duvernay, F. (1989) .Conventions de qualité et formes de coordination. Revue Economique, **40** (2): 329-359.
- FAO (2007). Perspectivas alimentarias. Análisis de los mercados mundiales. SMIA (Sistema Mundial de Información y Alerta sobre la agricultura y la alimentación). Noviembre de 2007.
- FAO-OMS (2005). Beneficios y riesgos potenciales del sistema de la lactoperoxidasa en la conservación de la leche cruda. Informe de la reunión técnica FAO/OMS. Sede la FAO, Roma, 28 de noviembre- 2 de diciembre del 2005. 49 p. y anexos.
- Faure, M. (1998). Patrimonialisation des productions fromagères dans les Alpes du Nord: savoirs et pratiques techniques. Revue de géographie alpine, Vol **86** (4): 51-60.
- Faure, M. (2000). Du produit agricole à l'objet culturel. Les processus de patrimonialisation des productions fromagères dans les Alpes du Nord. Thèse pour l'obtention du doctorat en sociologie et anthropologie, Université Lumière Lyon II. Octobre 2000.
- Favereau, O. (1989). Organisation et marché. Revue française d'économie, **4**(1) : 65-96.
- Fernandez de Paz, E. (2006). De tesoro ilustrado a recurso turístico el cambiante significado del patrimonio cultural. PASOS- Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol.**4** (1): 1-12
- FIDH (2006). México. The North American free trade agreement (NAFTA): effects on human rights. Violations of Labour Rights. International fact-finding mission, 448, 2. 38 p.
- Filippa, MA. (2002). Formation et transformation des systèmes productifs locaux. Les spécificités des filières agroalimentaires. *In*: 1er congrès international du réseau SYAL, Montpellier, France, oct. 2002. 29 p.
- Filippi M. et Torre A., 2002. Organisations et institutions locales : comment activer la proximité géographique par des projets collectifs ? *In* : Les Systèmes agroalimentaires *localisés : produits, entreprises et dynamiques locales*. Montpellier, oct. 2002. 22 p.
- FIRA (2008). Reporte trimestral del comportamiento de la leche. FIRA-productos TLCAN. Marzo 2008. 19 p.
- Fischler, C. (1990). L'omnivore. Seuil. 440 pp.
- Flores A., M. (1996). Elaboración de quesos regionales con leche pasteurizada. Tesis de licenciatura para la obtención del título de ingeniero agroindustrial, UA Chapingo.
- Flores O., R. (2003). La planeación estratégica, una herramienta para el desarrollo regional de la zona Istmo Costa. Tesis de maestría para la obtención del título de maestro en ciencias de Desarrollo Rural, UA Chapingo.
- Fonte, M. (2008). Knowledge, food and place. A way of producing, a way of knowing. Sociologia Ruralis **48**(3): 200-222.
- Fourcade, C., Muchnik, J. et Treillon, R. (2005). Systèmes productifs localisés dans le domaine agro-alimentaire. MAAPAR-DATAR. Rapport terminal, Montpellier, décembre 2005. 104 p. y anexos.
- Fourcade, C., Muchnik, J. et Treillon R. (2009). Les coopérations territorialisés en agroalimentaire. Ed Quae.

Fournier, S. (2002). Dynamique de réseaux, processus d'innovation et construction de territoires dans la production agroalimentaire artisanale. Etudes de cas autour de la transformation du gari de manioc et de l'huile de palme au Bénin. Université de Versailles / Saint-Quentin. Thèse de doctorat en Sciences Economiques: 325 p. y annexes.

Fournier, S. (2008). Les Indications géographiques : une voie de pérennisation des processus d'action collective au sein des Systèmes agroalimentaires localisés ? *Cahiers Agricultures*, Numéro Spécial sur les Systèmes agroalimentaires localisés, **17**(6) : 547-551.

Fournier, S. et Moiti-Maizi, P. (2004). Proximité professionnelle et proximité communautaire: une grille d'analyse des proximités complexes dans le secteur artisanal. In: 4th proximity congress: Proximity, Networks and co-ordination. Marseille. Juin 2004. 16 p.

Fournier, S. et Muchnik, J. (2010). L'approche "Systèmes Agroalimentaires Localisés" (SYAL), un outil d'intervention pour le développement territorial ? In : Colloque ISDA, Montpellier, 28 juin-1^{er} juillet 2010. 15 p.

Fournier, S., Muchnik, J. et Requier-Desjardins, D. (2005). Proximités et efficacité collective. Le cas des filières gari et huile de palme au Bénin. In : Proximités et changements socio-économiques dans les mondes ruraux, Torre A. et Filippi M. (dir), Editions INRA, Paris. pp : 163-179.

Fournier, S., Verdeaux, F., Avril, M. et Durand, C. (2009). Le développement des indications géographiques au sud : attentes des acteurs locaux et fonctions jouées. Etudes de cas en Indonésie et en Ethiopie. In : Congrès international « Localiser les produits: une voie durable au service de la diversité naturelle et culturelle des Suds? »; UNESCO, Paris, 9,10 et 11 juin 2009. 12 p.

Foyer, J. (2006). Développement des biotechnologies et biotechnologies pour le développement au Mexique : l'impossible appropriation. *Revue Tiers Monde*, **188** : 721-737.

François, H., Hirczak, M. et Senil, N. (2006). Territoire et patrimoine : la co-construction d'une dynamique et de ses ressources. *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, **2006-5** : 683-700.

Frayssignes, J. (2005). Les AOC dans le développement territorial. Une analyse en termes d'ancrage appliquée aux cas français des filières fromagères. Thèse pour l'obtention du titre de docteur en Géographie, Université de Toulouse-Le Mirail. 444 pp. y anexos.

Fritscher Mundt, M (2002). Globalización y alimentos: tendencias y contratendencias. *Política y Cultura*, **18** : 62-82.

Froc J., 2006. Balade au pays des fromages. Les traditions fromagères en France. Ed Quae. 239 pp.

Furtado, C. (2001). La economía latinoamericana: Formación histórica y problemas contemporáneos. Siglo XXI, 1991. 362 pp.

García Z., R. (1993). Crisis y modernización del agro en México 1940-90. UACHapingo. 335p.

García, LA., Aguilar, V., Luévano, A. y Cabral, A. (2005). La globalización productiva y comercial de la leche y sus derivados. Articulación de la ganadería intensiva lechera de la Comarca Lagunera. Plaza y Valdés editores, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco, México, 278 pp.

Garibay G., J. (2009). Punto de acuerdo, por el que se solicita a la COFEPRIS la excepción del requisito de pasteurización de la leche en la elaboración del queso Cotija, con el establecimiento de mecanismos diversos para garantizar su inocuidad. Grupo PRD. 22 de diciembre de 2009, Primer Receso Comisión Permanente, N° Gaceta: 1. <http://www.senado.gob.mx/index.php?ver=sp&mn=2&sm=2&id=1777&lg=61> Dictámenes a Discusión De la Tercera Comisión, con puntos de acuerdo por los que se solicitan precisiones en el proyecto de Norma Oficial Mexicana PROY-NOM-243-SSA1-2005. 20 de enero de 2010. <http://www.senado.gob.mx/index.php?ver=sp&mn=2&sm=2&id=1882&lg=61> Consultados el 09/02/2010.

Gereffi, G. (1994). The organization of buyer-driven global commodity chains: how U.S. retailers shape overseas production networks. *In*: G. Gereffi et M. Korzeniewicz (Eds.), Commodity chains and global capitalism. London: Praeger.

Gereffi, G., Humphrey, J. and Sturgeon, T. (2005). The governance of global value chains. Review of International Political Economy **12** : 78–104.

Geslin, P. (1999). Coordinations territoriales des activités agroalimentaires. Document de travail. ATP SYAL et construction de territoires. 43 p.

Gilly, J.P. et Pecqueur, B. (2002), La dimension locale de la régulation. *In* : Boyer, R., Saillard, Y., pp : 304-312.

Girou, S. (2006). Engagement collectif entre producteurs et consommateurs de produits fermiers. Projet de DEA. 6 pp.

GIS SYAL (2009). Bilan du Groupement d'Intérêt Scientifique Systèmes Agroalimentaires Localisés (2001-2007). 56 p.

Giuliani, E., Pietrobelli, C. and Rabelotti, R. (2005). Upgrading in Global Value Chains: Lessons from Latin American Clusters, World Development, Elsevier, vol. **33**(4): 549-573.

Gómez, M., Rindermann, R., Cervantes E., F., Whiteford, S. y Chávez, M. (2003). Capital Social y pequeños productores de leche en México: los casos de los Altos de Jalisco y Aguascalientes. *In*: Capital social y reducción de la pobreza en América Latina: en busca de un nuevo paradigma. Santiago de Chile, enero de 2003. pp: 529-553.

González C., AA. (2005). EL mercado solidario. Reglas de juego y certificación de valores simbólicos. *In*: Barragán E. (ed), Gente de campo. Patrimonios y dinámicas rurales en México. Colegio de Michoacán, Zamora. pp: 501-514.

González C., U., Pérez V., V., Clemente C., A., Mazariegos E., M., Ruiz T., J. y M Rodríguez F. (2007). Determinación de coliformes totales en los productos lácteos y su comparación entre dos queserías del municipio de Pijijiapan, Chiapas, México. Bioquímica, **32**, A: 98.

González D. J.G., Esteban C. M., Ponce G. N., Contreras P. M. y Colín N. V., (2007). Demanda potencial y cubierta de quesos artesanales en la ciudad de Toluca, edo de México. *In* : Agroindustria rural y territorio. Tomo 2: Nuevas tendencias en el análisis de la lechería. pp: 305-316.

González H., M. y Salcedo B., I. (1994). El Estado y la ganadería de leche. El complejo agropecuario e industrial de Tizayuca. Universidad Autónoma Chapingo, México. 60 pp.

González Rojas, MC. (2002). Sistema agroalimentario localizado de trapiches paneleros en Santander de Quilichao, departamento del Cauca-Colombia. *In*: 1er congrès international du réseau SYAL, Montpellier, France, oct. 2002. 19 p.

González, E., Pedroza, R. MN, Franco, G. K, García, D. N., Moya, J. y Arias O. (2008). Investigación Queso Cotija. Seminario de Investigación de Mercados. ITESM, Campus Guadalajara. Bustar Alimentos.

González, L. (1968). Pueblo en vilo. El Colegio de México, México. 365 pp.

González, L. (2002). Salinas, una economía solidaria. *In*: 1er congrès international du réseau SYAL, Montpellier, France, oct. 2002. 25 p.

Gordillo de Anda, G., de Janvry, A. y Sadoulet, E. (1999). La segunda reforma agraria de México: respuestas de familias y comunidades, 1990-1994. CFE, México. 247 pp.

Grajales J., JC (1987). Comercialización de la leche y sus derivados en la Costa de Chiapas. Tesis de licenciatura para la obtención del título de ingeniero agrónomo, UA Chapingo. 228 pp.

- Granados R., L. (2004). Indicaciones geográficas y denominaciones de origen. Un aporte para su implementación en Costa Rica. IICA-PRODAR-MAG-CNP. p. 105 y anexos.
- Granados, L., y Álvarez, C. (2007). Caracterización de explotaciones de vacuno lechero para la implantación de un sistema de denominaciones de origen. El caso del queso Turrialba en Costa Rica. Interciencia, **32** (2), Caracas, Venezuela: 85-92.
- Granovetter, M. (1983). The Strength of Weak Ties: a Network Theory Revisited. Sociological Theory, **1**: 201-233.
- Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure : the Problem of Embeddedness. American Journal of Sociology **91**, 3: 481-510.
- Granovetter, M. (1994). Les institutions économiques comme constructions sociales. *In* : Analyse économique des conventions. Orléan A. (dir). pp: 79-94.
- Grefte, X. (1999). La gestion du patrimoine culturel. ED. Anthropos. 253 pp.
- Grefte, X. (2003). La valorisation économique du patrimoine. Ed. La Documentation Française, Paris. 384 pp.
- Grosjean, N. (2002). Globalisation et autonomie des systèmes de production territoriaux, Neuchâtel : EDES.
- Grossetti, M. (2008). Réseaux sociaux et ressources de médiation dans l'activité économique. Sciences de la Société, **73** : 82-103.
- Guevara, ME. (2005). El queso Cotija: la modernidad como detonante de la tradición. Tesis para la obtención del doctorado en Ciencias Sociales en CIESAS-Occidente.
- Guibert, M. (1999). Les stratégies territoriales des acteurs agroindustriels face au MERCOSUR. Les triturateurs de soja en Argentine. Thèse pour l'obtention du titre de docteur en Etudes Rurales, soutenue le 28 juin 2002 à l'Université de Toulouse-Le Mirail. 392 pp.
- Guzmán H, E. (2004). Estrategias de organización social ante un escenario dominado por la migración internacional y el mercado nostálgico. El caso de la producción de queso añejo enchilado en Laguna Grande, Monte Escobedo, Zacatecas, México. Tesis para la obtención del título de Maestra en Ciencias, Colegio de Postgraduados. 223 pp. y anexos.
- Haesbaert, R. (2004). O mito de Desterritorializacao. Do "Fim dos territorios" a Multiterritorialidade. Bertrand Brasil, Rio de Janeiro. 395 pp.
- Hall, P. et Taylor, R. (1997). La science politique et les trois néo-institutionnalismes. Revue française de science politique. Vol **47** (3-4): 469-496.
- Hardin, G. (1968). The Tragedy of the Commons. Science **162**: 1243-1248.
- Harvey, D. (1999). La géographie de la domination. 118 pp.
- Hatanaka, M. and Busch, L. (2008). Third-party certification in the global agrifood system: an objective or socially mediated governance mechanism? Sociologia Ruralis, **48**(1): 73-91.
- Hernández López J. (2007). ¿De México para el mundo? La Denominación de Origen Tequila: entre añejas prácticas y joven modernización. Comunicación en el seminario: "abriendo camino hacia la cultura de las indicaciones geográficas en México. Experiencias de procesos de patrimonialización de productos tradicionales". Guadalajara, México, 11-12/10/2007.
- Hernández-Briones, V., Quirasco Baruch M. y Quintero Salazar, B. (2009). Un acercamiento al mundo del queso Cotija Región de origen: arte y tradición de México. Culinaria. Revista Virtual Gastronómica. , **5**, julio de 2009: 5-19. http://www.uaemex.mx/Culinaria/numero_5/art_02.pdf. Consultado el 20/09/2009.

- Hernández-Montes A., Villegas-de-Gante A.Z., Calvo-Arriaga A.O. y León-Velasco H. (2010) El Queso Crema de Chiapas: exploración de su aceptabilidad rumbo a la obtención de una marca colectiva. *Claridades Agropecuarias*, **203**: 29-37.
- Hirczak, M. (2007). La co-construction de la qualité agroalimentaire et environnementale dans les stratégies de développement territorial. Thèse pour l'obtention du titre de docteur en géographie - Grenoble : Université J. Fourier / institut de géographie alpine, 355 pp.
- Hirczak, M., Moalla, M., Mollard, A., Pecqueur, B., Rambonilaza, M. et Vollet, D. (2008). Le modèle du panier de biens. Grille d'analyse et observations de terrain. *Economie Rurale*, **308** : 54-69.
- Hirschman, A. (1970). Exit, voice and loyalty: responses to decline in firms, organizations and states. Harvard University Press. 180 pp.
- Hirschman, A. (1977). The Passions and the interests. Political arguments for capitalism before its triumph. Princeton University Press, Princeton. 180 pp.
- Hirschman, A. (1986). Vers une économie politique élargie. Le sens commun, Paris. 112 pp.
- Hodgson, G. (2007). Economía institucional y evolutiva contemporánea. Colección Teoría y Análisis, UAM-México. 249 pp.
- Hoff, K., Braverman, A. and Stiglitz, J. (ed.) (1993). The Economics of Rural Organization: Theory, practice and policy. Oxford University Press/ World Bank, New York. 550 pp.
- Hollard, M. (2002). Les formes de la concurrence. In : Théorie de la régulation. L'Etat des savoirs. Boyer, R., Saillard, Y. (eds). pp: 162-170.
- Hubert, A. (2001). SYAL : réflexions d'une anthropologue. *Etudes et Recherches sur les Systèmes Agroalimentaires et le Développement*, **32**: 207-209.
- Humphrey, J. and Schmitz, H. (2001). Governance in global value chains. *IDS Bulletin*, Vol **32** (3): 1-17.
- Illsley G. C., Morales M. MP, García B. J., Ojeda A., Aguilar J., Corrales N., Calzada R. M. y Tlacotempa, A. (2004). El Mezcal Papalote del Chilapan: una marca colectiva campesina. Consultable en <http://raises.org/centros/CadenasProductivas/Marcacolectiva/mezcalmarca.pdf>. Consultado el 13/10/2008.
- IMPI (2000). Declaratoria general de protección de la denominación de origen Ámbar de Chiapas. D.O.F. 15/11/2000.
- IMPI (2003). Modificación a la declaración general de protección de la denominación de origen Mezcal. D.O.F. 3/3/2003.
- IMPI (2006). Guía del usuario de signos distintivos. 48 p
- INEGI (2008). El sector alimentario en México. 297 p.
- Iniciativa con proyecto de decreto que expide la ley general agroalimentaria (2009). Cámara de diputados, 10 de septiembre de 2009. 39 p.
- INIFAP (2005). Diagnostico y prospección para la cadena productiva de leche en el estado de Hidalgo. Diciembre de 2005.
- INRA-SAD (2000). Processus d'Innovation dans le Développement Agroalimentaire Local (projet PIDAL). 3 mars 2000. 21 p.
- Jiménez J., RA., Alonso P., F, García H., LA., Dávalos F. JL, V Espinosa O., V. y Ducoing W., A, (2008). Persistencia de la lechería familiar en el municipio de Maravatío Michoacán. *Livestock Research for Rural Development* **20** (10). <http://www.lrrd.org/lrrd20/10/jime20153.htm>
- Jiménez Macías, C., (2008). Punto de acuerdo relativo a la protección de los productos mexicanos, a través de la denominación de origen.

Jiménez S., L. (2007). Principales modalidades de la agricultura en México: antecedentes y perspectivas. In: Agenda para el Desarrollo, vol 9. Desarrollo agropecuario forestal y pesquero. J.L. Calva (coord.), Coedición UNAM, Miguel Ángel Porrúa y LX Legislatura de la Cámara de Diputados. pp. 55-75.

Jolivet, P. (2008). Rationalité et embeddedness. La sensibilité écologique des consommateurs à l'école des conventions. Ethique Economique, 5 (2) : 23-34.

Karpik, L. (1989). L'économie de la qualité. Revue française de sociologie, 30(2) : 187-210.

Karpik, L. (2007). L'économie de la singularité. NRF, Gallimard, Paris.

Kaul, I. (2000a). Mécanismes d'action collective. Le Monde Diplomatique, juin 2000 : 22. Consultable en : <http://www.monde-diplomatique.fr/2000/06/KAUL/13928>. Consultado el 12/02/2010.

Kaul, I. (2000b). Biens publics globaux, un concept révolutionnaire. Le Monde Diplomatique, juin 2000 : 22-23. Consultable en : <http://www.monde-diplomatique.fr/2000/06/KAUL/13929>. Consultado el 12/02/2010.

Kaul, I. (2001). Public Goods for All: Taking the Concept to the 21st Century. In: "Auditing Public Domains seminar". 38 p. Consultable en http://www.yorku.ca/robarts/archives/pub_domain/pdf/apd_kaulfin.pdf. Consultado el 12/02/2010 and In: Daniel Drache ed. 2001. The Market of the Public Domain. London and New York: Routledge. pp: 255-273

Kébir, L. (2006). Ressource et développement régional, quels enjeux ? Revue d'économie régionale et urbaine, 5 : 701-723.

Keilbach, N., Chauvet, M. y Castañeda, Y. (2002). De maiceros a ganaderos. La ganadería campesina como alternativa ante la crisis de granos. In: Cavallotti B. y Palacio VH. (Compiladores): Situación y Perspectivas de la Ganadería en México CIESTAAM, UACH, México, 2002. pp: 110-126.

Kirat, T. et Sierra C. (1996). Organisation territoriale, institutions et dynamique économique : repères théoriques. In : Les Nouvelles Logiques du Développement. Abdelmalki L. y Courlet C. (dir.). L'Harmattan. Logiques économiques. pp: 57-71

Knutson, R. and Ochoa, R. (2007). Status of agrifood regulatory coordination under the NAFTA. ECLAC (CEPAL), Studies and Perspectives Series, 1, 37 p.

Krugman, P. (1991). Increasing Returns and Economic Geography. The Journal of Political Economy, 99(3): 483-499.

Lacroix A.-J., Mollard A. et Pecqueur B. (2000). Origine et produits de qualité territoriale : du signal à l'attribut. REVUE D'ECONOMIE REGIONALE ET URBAINE, 4: 683-706

Lactodata (2009). Uso/destino de la leche en México. Abril de 2009. Consultable en http://www.lactodata.info/lactodata/lactodata_descargas.php?idCat=109. Consultado el 23/11/2009.

Lamarche, T. (2003). Territoire: développement exogène, développement endogène et hétéronomie. In : Forum de la Régulation 2003, Paris. 13 p.

Lancaster, K. (1966). A new approach to consumer theory. Journal of Political Economy, LXXIV (2): 132-157.

Lancaster, K. (1966). Change and Innovation in the Technology of Consumption. American Economic Review, Papers and proceedings.

Landel, PA. et Senil, N. (2009). Patrimoine et territoire, les nouvelles ressources du développement. Développement durable et territoires [En ligne], Dossier 12 : Identités, patrimoines collectifs et

développement soutenable, mis en ligne le 20/01/2009. <http://developpementdurable.revues.org/index7852.html>. Consultado el 09/02/2009.

Larson, J. y Sarukhán, J. (2003). Cuando los bienes comunes son menos trágicos: dominios eminentes y privilegios comerciales en la valoración patrimonial del México rural. *Gaceta Ecológica*, **67**: 7-26.

Lautier, B. (2004). *L'économie informelle dans le tiers-monde*. Repères-La Découverte. 122 pp.

Le Bail, M. (2001). Spécificité locale pour un produit banal. Le blé dur destiné à la fabrication de pâtes alimentaires. *Etudes et Recherches sur les Systèmes Agraires et le Développement* 32 (Terroirs, savoir-faire, innovations): 37-50.

Letablier, M.T. (1995). Qualité et dynamique d'entreprises. Vers un nouveau modèle d'organisation dans l'industrie laitière. In : Nicolas, F., et Valceschini, E. (ed.) *Agro-alimentaire: une économie de la qualité*. INRA Editions-Economica, Paris. pp: 155-166.

Ley de Ciencia y Tecnología (2002). Diario Oficial de la Federación, México, 5 de junio de 2002. 40 p.

Ley de Desarrollo Rural Sustentable (2001). Diario Oficial de la Federación, México, 7 de diciembre de 2001. 57 p.

Ley de la Propiedad Industrial (1991). (llamada "Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial" de 1991 a 1994, fecha a la cual que se reformó ampliamente esa ley). Diario Oficial de la Federación, México, 27 de junio de 1991. 70 p.

Ley Federal para el Fomento de la Microindustria y la Actividad Artesanal (1988). Diario Oficial de la Federación, México, 26 de enero de 1988. Reformada en 1991. 12 p.

Ley Federal sobre Metrología y Normalización (1992). Diario Oficial de la Federación, México, 1er de julio de 1992. 48 p.

Ley General de Salud (1984). Diario Oficial de la Federación, México, 7 de febrero de 1984. 180 p.

Linck, T. (1997). La ruralité en miettes? : Globalisation et fragmentation des territoires et sociétés rurales du Mexique. La ruralité dans les pays du Sud à la fin du XXe siècle : actes de l'atelier, Montpellier, 2-3 avril 1996. Paris: Editions de l'Orstom. pp. 277-300.

Linck, T. (1999). Transition foncière et gestion sociale des ressources au Mexique. In : Actos del seminario: Dynamiques agraires et construction sociale du territoire. 26-28 avril 1999- Montpellier, Francia. 15 pp.

Linck, T. (2001a). Mexique : les campagnes dénigrées. *Problème d'Amérique Latine*, **40**: 55-74. « Mexique, de la victoire de Vicente Fox a la présidentielle de 2001 ». Janvier-Mars 2001.

Linck, T. (2001b). Qualité, exclusion et nouveaux modèles de consommation. Les dispositifs de commercialisation des aliments frais au Mexique. Colloque international, Un produit, une filière un territoire. Université de Toulouse le Mirail, Toulouse, Francia, 21-23 mai 2001. 9 p.

Linck, T. (2002). Conquête et colonisation des montagnes sèches mexicaines. La production des territoires et des sociétés rancheras. *L'Ordinaire latino-américain*, n°189, **Réalités communautaires en Amérique latine** (juillet-septembre 2002)

Linck, T. (2003). Los territorios de la Nueva Ruralidad. Globalización y desarrollo territorial. *Nueva ruralidad, patrimonios colectivos y sustentabilidad en la Cuenca del Plata*. T. Linck y C. Schiavo (ed.), Université Toulouse Le Mirail – Groupe de Recherche sur l'Amérique Latine (GRAL)- Laboratoire Dynamiques Rurales; CNRS-INRA, France; Universidad de la República, Uruguay; (Editorial Nordan - Comunidad del Sur, Montevideo).

Linck, T. (2005a). « Patrimonialisation et typification de fromages « traditionnels » : une approche comparée de démarches de qualification », *Ruralia*, 2005 :16-17.

- Linck, T. (2005b). Los elementos no materiales del patrimonio rural. *In*: Barragán, E. (ed.), *Gente de campo. Patrimonios y dinámicas rurales en México*. Colegio de Michoacán, Zamora. pp: 577-580.
- Linck, T. (2006a). La economía y la política en la apropiación de los territorios. ALASRU. Análisis Latinoamericano del medio rural, **3**: 251-286.
- Linck, T. (2006b). Patrimoines sous tension: L'exclusion condition et écueil de l'appropriation collective, *INRA SAD*: 15.
- Linck, T. (2007a). Patrimoines sous tension. L'exclusion, condition et écueil de l'appropriation collective. Economie appliquée, **3** : 177-198
- Linck, T. (2007b). Le dilemme de la gestion patrimoniale. L'exclusion, condition et écueil de l'appropriation collective. ECONOMIE APPLIQUÉE **3** : 177-198
- Linck, T. (2008). Las ambigüedades de la modernización: la economía patrimonial, Entre representatividad y consenso. PAMPA, **4**: 37-62.
- Linck, T. Barragan, E. y Casabianca, F. (2006). De la propiedad intelectual a la calificación de los territorios: lo que cuentan los quesos tradicionales. Agroalimentaria, jun. 2006, **11**(22): 99-109.
- Linck, T. y Barragan, E. (2009). Economie et patrimonialisation: Les appropriations de l'immatériel. *In* : Colloque Vivre du patrimoine Université de Corse, janvier 2009, Corte.
- Linck, T. y Bouche, R. (2008). Los SIAL entre apropiación y despojo territorial: hay que darle rumbo al enfoque. *In*: 4ème congrès international du réseau SYAL, Mar del Plata, oct. 2008. 10 p.
- Lomnitz, LA. (1994). *Redes Sociales, Cultura y Poder: Ensayos de Antropología Latinoamericana*. México: Ed. FLACSO-Miguel Ángel Porrúa.
- Long, N. (2007). Du paradigme perdu au paradigme... retrouvé ? Pour une sociologie du développement orientée vers les acteurs. Le bulletin de l'APAD, **7**: *Les sciences sociales et l'expertise en développement*. Puesto en línea el: 13/12/2007. <http://apad.revues.org/document2183.html>. Consultado el 15/04/2009.
- López A., JF (1983). Estudio de las principales características de la ganadería lechera en el municipio de Ocosingo, Chiapas. Tesis de licenciatura para la obtención del título de ingeniero agronomo, UA Chapingo.
- López, E., Muchnik, J. (1997). *Petites entreprises et grands enjeux : le développement agroalimentaire local*. Ed. l'Harmattan, Paris.
- LRDE Corte (2008). Patrimonialisation: de l'appropriation au choix collectif, *INRA-SAD*: 9.
- Lugan, JC. (2005). *La systémique sociale*. Ed. PUF, Que sais-je ? 127 pp.
- Luna R., L. (1998). Caracterización técnico-financiero de las explotaciones ganaderas en la región Costa de Chiapas. Tesis de licenciatura para la obtención del título de ingeniero agrónomo, UA Chapingo. 51 pp. y anexos.
- Mac Cormick, D. (1999). African Enterprises Clusters and Industrialization. Theory and Reality. World Development, Special Issue on Enterprise Clusters, 27(9): 1531-1551.
- Mac Cormick, D. (2003). Can Africa industrialize through enterprise clusters? The Courier ACP-EU, **196**: 22-26.
- Madrigal, E. (1999). Calidad y desarrollo agropecuario. La calidad una convención social. Calidad de la leche. Disponible en <http://www.lactodata.com>. Consultado el 19/08/2009.
- Malassis, L. et Gherzi G. (1996). *Traité d'économie agro-alimentaire*. Tome 1 :Economie de la production et de la consommation. Méthodes et concepts. 2ème édition. Paris, Editions Cujas, 393 pp.

- Marchesnay, M. y Julien, P.A., 1987. La petite entreprise. Vuibert Gestion, Paris.
- Marescotti, A. (2000). Marketing channels, quality hallmarks and the theory of conventions. *In*: Sylvander B., Barjolle D., Arfani F. (Eds.), The socio-economics of origin labelled products in agro-food supply chains: spatial, institutional and co-ordination aspects, INRA, Serie Actes et Communications, Paris, **17**(2): 103-122.
- Mariscal A., V., Estrella Q., H., Ruiz F., A., Sagarnaga V., M, Salas G., JM. y González A., M. (2004). La cadena productiva de bovinos lecheros y el TLCAN. Universidad Autónoma Chapingo. 106 pp.
- Márquez R., C. (2002). La reapropiación y certificación de los quesos tradicionales como una estrategia de desarrollo territorial: el caso de los municipios de Ocosingo y la Concordia, Chiapas, México. Propuesta de proyecto para el Fondo MINK'A DE CHORLAVI, Sistematización de experiencias de desarrollo territorial rural, Concurso 2002.
- Márquez, C. (2006). Déboisement et conflit d'appropriation territoriale : les forêts tropicales humides de l'espace Lacandon (Chiapas). Thèse de doctorat pour l'obtention du titre de docteur en Etudes Rurales de l'Université de Toulouse-le Mirail.
- Marshall, A. (1920). Principles of Economics [livre en ligne]. McMillan and Co. Ltd., 8th Edition, 1920. Book IV, Chapter X. (First Edition 1890). <http://www.econlib.org/library/Marshall>.
- Martínez R., JL y Ortiz O., G (2003). Situación actual de la comercialización de productos lácteos en la zona centro del estado de Veracruz. INIFAP.
- Martínez, A. (1998). Estudio de la comercialización del queso en la Costa de Chiapas. Tesis de licenciatura para la obtención del título de ingeniero agroindustrial, Universidad Autónoma Chapingo, 81 pp.
- Martínez, K. (2009). El consumo de lácteos cae en México. CNN Expansión. 18 de abril del 2009. Consultable en <http://www.cnnexpansion.com/expansion/2009/04/06/leche-amarga>. Consultado el 11 de mayo de 2009.
- Martínez, S. (2003). El desarrollo oculto: las ideologías del desarrollo en México. Chapingo.
- Matus R., A. (2000). Producción agropecuaria y uso de suelo en la región económica IX, Istmo Costa. Tesis de licenciatura para la obtención del título de ingeniero agrónomo, UA Chapingo. 63 pp. y anexos.
- Matus R., M. (2007). The "quesillo" case: how do oaxacan inmigrants pass their traditional cheese from México to Los Angeles. Actos del congreso LASA, julio del 2007. 15 p.
- McDonald, J.H. (1997). Privatizing the private family farmer: NAFTA and the transformation of the Mexican Dairy Sector. Human Organization, **56**, 3: 321-332.
- Mc Donald, J. (1998). La calidad de la leche en San José-Cotija: una mirada sociocultural y política a la globalización. *In*: Los rejuegos de poder. Globalización y cadenas agroindustriales de la leche en occidente. CIESAS, CIATEJ, SIMORELOS, CONACYT, UAM Xochimilco, México. pp. 275-295.
- Ménard, C. (2002). The governance of hybrid organizations. Modes of coordination in the Agro-food Sector. Paris.
- Ménard, C. (2003). L'approche néo-institutionnelle; des concepts, une méthode, des résultats. Cahiers d'économie politique **44**.
- Ménard, C. (2004). The Economics of Hybrid Organizations. Journal of Institutional and Theoretical Economics, **160**: 345-376.
- Ménard, C. and Valceschini, E. (2005). New Institutions for governing the agri-food industry. European Review of Agricultural Economics, **32**(3): 421-440

- Méndez G., NA. (2002). Elaboración de quesos de manera semi-industrial con la asociación de queseros de Ocosingo, Chiapas. Reporte final para el título de técnico superior universitario en procesos agroindustriales. Reporte de estadía. Universidad Tecnológica de la Selva. 33 pp. y anexos.
- Mendoza, A. (1994). Costos de producción de la leche en la Costa de Chiapas: estudios de caso, municipio de Pijijiapan. Tesis de licenciatura para la obtención del título de ingeniero agrónomo, Universidad Autónoma Chapingo, 79 pp. y anexos.
- Mendoza, R. y Farrera, I. (2009). Política sanitaria en materia de lácteos en Chiapas. Red sanitaria (Revista trimestral del Sistema Federal Sanitario), 5(19): 29-37.
- Michel V., Hauwuy, A. y Chamba, JF. (2006). Gestion de la flore microbienne des laits crus par les pratiques des producteurs. Rencontres-Recherche-Ruminants 2006. 4 p.
- Micoud, A. (2005). Le patrimoine ou comment redire ce qui nous relie (un point de vue sociologique). *In* : Barrère *et al.* pp: 81-96.
- Miranda R., G. (2006). La participación del turismo en la modificación del paisaje cultural de Malinalco, Estado de México. PASOS- Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol.4 (2): 201-211.
- Moity-Maizi P. and Amilien V. (2008). Doing the local cheese even more local: Case study AOC OSSAU IRATY, *French- Norwegian seminar: Consumers conception of local food*, 21. april 2008, Museum of Agriculture in Ås, Norway. 12 p.
- Moity-Maizi, P. et Muchnik, J. (2002). Circulation et construction de savoir-faire : questions pour une anthropologie des systèmes alimentaires localisés. *In*: 1er congrès international du réseau SYAL, Montpellier, France, oct. 2002. 29 p.
- Mollard, A. (2001). Qualité et développement territorial : une grille d'analyse théorique à partir de la rente. Économie rurale, 263 :16-34.
- Monjarás O, A. (IMPI) (2009). Las Marcas Colectivas y de Certificación en México: Características, Constitución y Normas de Utilización. *In*: Sub-Regional Conference on Intellectual Property and the Competitiveness of Small and Medium Sized Enterprises (SMEs) in the Agro-Foods Sector in Latin America. Veracruz, México. 19-20 de Octubre de 2009.
- Morales R., EA. (2006). Elaboración de un proyecto sobre la obtención de queso de bola tipo Ocosingo. Reporte de estadía. Universidad Tecnológica de la Selva. 28 p. y anexos.
- Moreno C., N de J (2005). Elaboración de queso seco a partir de los sobrantes del raspado de queso bola de doble crema en la fábrica de quesos "Santa Rosa" en Ocosingo, Chiapas. Reporte de estadía. Universidad Tecnológica de la Selva. 20 p. y anexos.
- Morin, E. (1990). Introduction à la pensée complexe. 158 pp.
- Moulier-Boutang Y. (2007). Le capitalisme cognitif, la nouvelle grande transformation. Ed. Amsterdam, Paris, Francia. 245 p.
- Moureau, N., Rivaud-Danset, D. (2004). L'incertitude dans les théories économiques. coll. Repères, ed. La Découverte, Paris. 124 pp.
- Muchnik, J. (1999). SYAL: intérêts pour L'Afrique de l'Ouest. *In* : Développement des petites entreprises agroalimentaires : organisations locales et dispositifs d'appui. Dakar, Dic. de 1999. 10 p.
- Muchnik, J. (2002). Les systèmes agroalimentaires localisés: intérêt, approche, interrogations Exposé Introductif du Colloque SYAL, Montpellier, Francia, 16-18 Octobre 2002. 12 p.
- Muchnik, J. (2006). Sistemas Agroalimentarios Localizados. Presentación en las Primeras Jornadas sobre Competencias en el Desarrollo Rural. INTA-UNS, 27-29 de Septiembre 2006 Bahía Blanca – Argentina.

- Muchnik, J., Requier-Desjardins, D., Sautier, D. et Touzard, J.M. (2007). Les systèmes agroalimentaires localisés. Economies et Sociétés, Série "Systèmes agroalimentaires", AG, 29(9) : 1465-1484.
- Muchnik, J., Sanz C., J. et Torres S., G. (2008). Systèmes agroalimentaires localisés : état des recherches et perspectives. Cahiers Agriculture, 17 (6) : 513-519.
- Muchnik, J. et Sautier, D. (1998). Proposition d'action thématique programmée: systèmes agroalimentaires localisés et construction de territoires. CIRAD, Octobre 1998.
- Muñoz R., M. y Santoyo C., VH (1996). Visión y misión agroempresarial. Competencia y cooperación en el medio rural. 334 pp.
- Muñoz R., M., García M., JG., de Luna E., JM. y Altamirano C., .JR. (2003). Análisis del clúster lechero de Tabasco. UA Chapingo-Edo de Tabasco. 130 pp.
- Muradian, R. and Pelupessy, W. (2005). Governing the coffee chain: The role of voluntary regulatory Systems, World Development, **33**, issue 12: 2029-2044.
- Nelson, R. (1970). Information and consumer behavior. Journal of Political Economy, **78**: 311-329.
- Ngo, M. (2006). La qualité et la sécurité des produits agro-alimentaires. Approche juridique. L'Harmattan, Paris. 575 pp.
- Nicolas, F. et Valceschini, E. (ed.) (1995). Agro-alimentaire: une économie de la qualité. INRA Editions-Economica, Paris. 433 pp.
- Nieddu, M. (2005). Capitalisme et Patrimoine. *In* : Barrère *et al.*, pp: 151-175.
- Nieddu, M., Petit O. et Vivien FD. (2009). Identités, patrimoines collectifs et développement soutenable. Développement durable et territoires [En ligne], Dossier **12** : Identités, patrimoines collectifs et développement soutenable, mis en ligne le 16/04/2009. <http://developpementdurable.revues.org/index8126.html>. Consultado el 16/09/2009.
- Nieto Torres, M.C. (2006). PYMES: tipos de financiamiento en México, 2000-2006. Tesis para la obtención del título de licenciado en economía agrícola. UA Chapingo, 193 pp. y anexos.
- North, D. (1990). Instituciones, cambio institucional y desempeño económico. Fondo de Cultura Económica.
- Núñez Hernández A. (2007). La DO: su aplicación potencial en quesos mexicanos. Tesis presentada para la obtención del título de Maestra en Ciencias en Ciencia y Tecnología Agroalimentaria. UACH. 128 pp. y anexos.
- OCDE (2007). Política agropecuaria y pesquera en México. Logros recientes, continuación de las reformas. 357 p.
- Olivares, N. (1990). Estudio de la agroindustria quesera en la Costa de Chiapas. Tesis de licenciatura para la obtención del título de ingeniero agroindustrial, Universidad Autónoma Chapingo, 105 pp.
- Ollagnon, H. (2005). Stratégies patrimoniales pour un développement durable. *In*: Barrère C. *et al.* pp: 179-196.
- Olmedo, R. (1981). El sistema alimentario mexicano y la Ley de fomento agropecuario. Revista Nueva Antropología [en línea] 1981, **V** (mayo): [fecha de consulta: 11 de mayo de 2009]. <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=15901704>>.
- Olson, M. (1971). The logic of collective action. Public Goods and the Theory of Groups, Harvard University Press, 1st ed. 1965. 192 pp.
- Orléan, A. (ed.) (2004). Analyse économique des conventions. PUF, collection Quadrige, Paris. 427 pp.

- Ortega A., A. Álvarez, M. Del Valle y Chauvette, M. (2002). Caracterización de la industria quesera de la zona noroeste del Estado de México. In: Memorias del Seminario Internacional Nuevas tendencias en el análisis socioeconómico de la lechería en el contexto de la globalización, 123-136 pp.
- Ortiz-Herrera M.R, Culebro P.M. y Jimenez, R.L.A. (2010). Reseña histórica del Queso Crema de Chiapas. En: Reseña Histórica del Sistema Leche - Queso Crema de Chiapas. Grupo de Asesoría Multidisciplinaria, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.
- Ostrom, E. (1990). *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. Cambridge University Press, Cambridge, UK. 290 pp.
- Oyarzún, M.T. et Tartanac, F. (2002). Estudio sobre los principales tipos de sellos de calidad en alimentos. Estado actual y perspectivas de los sellos de calidad en productos alimenticios de la agroindustria rural en América Latina. FAO, Oficina Regional para América Latina y el Caribe, Santiago, Chile. 69 p. y anexos.
- Padilla, M. y Gherzi, G. (2001). Le marché international du lait et des produits laitiers. *Options Méditerranéennes*, série B, n°32: 21.
- Pardo Leal, M. (2008). Validez y alcance de la protección de la denominación de origen del queso "Parmigiano Reggiano" en virtud de la sentencia del TJCE de 26 de febrero de 2008. Revista electrónica de Derecho del Consumo y de la Alimentación. Consultable en <http://aibadaredeco.googlepages.com>. Consultado el 18/04/2009.
- Parguel, P., Monterrubio L., R. y Fajardo G., G.E. (2010). Informe de la evaluación de riesgos del Queso Cotija. FAO-Institut de l'Élevage, octubre 2010. Informe preliminar (no publicado). 29 pp.
- Path, J. (1991). Hispanic cheeses: A promising new market for the specialty cheesemaker. *UW Dairy Pipeline*, 3 (4): 1-4.
- Paz, O. (1950). El laberinto de la soledad. Fondo de Cultura Económica, México.
- PC-031-2005 (2005). Pliego de condiciones para el uso de la marca oficial México Calidad Suprema en leche. 25 p.
- Pecqueur, B. (1992). Territoire, territorialité et développement. In : Industries et territoires : les systèmes productifs localisés, actes du colloque de Grenoble, octobre 1992, IREPD, 1993, pp. 71-88.
- Pecqueur, B. (1996). Processus cognitifs et construction des territoires économiques. In : Dynamiques territoriales et mutations économiques. Pecqueur, B. (dir). pp: 209-226.
- Pecqueur, B. (2000). Le développement local. Les systèmes productifs localisés. Syros, 2e édition revue et augmentée. 132 pp.
- Pecqueur, B. (2001). Qualité et développement territorial: l'hypothèse du panier de biens et de services territorialisés. *Économie Rurale*, n° 261: 37-49.
- Pecqueur, B. (2006). Le tournant territorial de l'économie globale. *Espace et Société*. 13 p.
- Pecqueur, B. et Zimmermann, B. (2004). *Economie de proximités*. Paris, Hermès-Lavoisier, 264 pp.
- Pelayo C., B. y Tejada C., I. (2008). Inocuidad de la leche en México. 16ª Reunión anual de CONASA. XXI Congreso Panamericano de ciencias veterinarias.
- Péndulo(EI) (2010). Empresas chiapanecas seleccionadas para Concurso Anual de Quesos Mundiales. <http://pendulodechiapas.com.mx/sitio/ciudad/1792-empresas-chiapanecas-seleccionadas-para-concurso-anual-de-quesos-mundiales.html>. Periódico el Péndulo de Chiapas, octubre del 2010. Consultado el 11/11/2010.
- Pérez L., A. (2004). Estudio sobre la elaboración de queso tipo "bola de Ocosingo" con leche cruda y pasteurizada. Tesis de licenciatura para la obtención del título de ingeniero agroindustrial, UA Chapingo. 105 pp.

Pérez U., M. (2010). Quiebran ganaderos ante importación de lácteos de mala calidad. Periódico La Jornada. Jueves 20 de mayo de 2010, p. 40.

Perrier-Cornet, P. (2009). Les systèmes agroalimentaires localisés sont-ils ancrés localement ? Un bilan de la littérature contemporaine sur les SYAL. In : Politiques agricoles et territoires. Aubert F. (ed.). pp. 49-68.

Petit O. (2009). La « mise en patrimoine » de l'eau : quelques liens utiles. Mondes en Développement, vol. **37**-2009/1-n°145 :7-16.

Petit O. et Romagny B. (2009). La reconnaissance de l'eau comme patrimoine commun : quels enjeux pour l'analyse économique ? Mondes en Développement, vol. **37**-2009/1-n°145: 29-54.

Pilleboue, J. (1999). Les produits agroalimentaires de qualité. Remarques sur leurs liens au territoire. Sud Ouest Européen, **6** : 69-83.

Piore, MJ. and Sabel, CF. (1984). The Second Industrial Divide: Possibility for Prosperity. Basic Books, New York. 355 pp.

Placencia Navarro, A. (2003). Aplicación de técnicas sensoriales (QDA) e instrumentales en la caracterización de propiedades sensoriales y fisicoquímicas del queso Cotija. Tesis de Maestría, Universidad de Guadalajara.

Polanyi, K. (1944). The Great Transformation, The Political and Economic Origins of Our Time. Boston: Bacon Press. 3ª edición (2001). 317 pp.

Poméon, T., (2007). El queso Cotija, México. Reporte realizado para la FAO y el IICA en el marco de un estudio sobre productos de calidad vinculada al origen en América Latina. Consultable en http://www.fao.org/ag/agn/agns/Projects_SQP_Santiago/Documentos/Estudios%20de%20caso/Cotija/Queso_COTIJA_Mexico.pdf

Poméon, T., Boucher, F., Cervantes E., F. y Fournier, S. (2006). Las Dinámicas colectivas en dos cuencas lecheras Mexicanas: Tlaxco, Tlaxcala y Tizayuca, Hidalgo. Agroalimentaria, jun. 2006, **11**(22): 49-64.

Poméon, T., F. Boucher, F. Cervantes E., F., y S. Fournier (2006). Innovación tecnológica, oportunismo y acción colectiva en la concentración quesera de Tlaxco, Tlaxcala, México. Agroindustria rural y territorio. Tomo 1: Los desafíos de los Sistemas Agroalimentarios Localizados. UAEM. Toluca, México.

Poméon, T., Cervantes E., F. Boucher, F. y S. Fournier (2007a). ¿Por qué estudiar las cuencas lecheras mexicanas? Plaza y Valdez, México. 230 p.

Poméon T., Cervantes F., Boucher F. y Altamirano J.R. (2007b). Los Sistemas Agroalimentarios Localizados: para una perspectiva institucional de los procesos de calificación de los productos locales. In: Sexto congreso AMER: Encrucijada del México Rural: Contrastes regionales en un mundo desigual. Veracruz, Mexico, 22-26 octubre del 2007. 33 p.

Poméon, T. et Fournier, S. (2010). La construction sociale des labels liés à l'origine des produits agroalimentaires : une conciliation entre des intérêts contradictoires ? Etudes de cas au Mexique et en Indonésie. In : Colloque international ISDA « Innovation and Sustainable Development in Agriculture and Agroalimentary », Montpellier, France, 28 juin-1er juillet 2010. 13 p.

Ponte, S. and Gibbon P. (2005). Quality standards conventions and the governance of global value chains. Economy and society, vol. 34, n°1: 1-31

Pontigo S., JC (1999). Auge y decadencia de la ganadería bovina en Chiapas. Estudio de caso: región Costa (1970-1998). Tesis de licenciatura para la obtención del título de ingeniero agrónomo, UA Chapingo. 132 pp.

Porter, M. (1990). The Competitive Advantage of Nations. Basic Books, New York. 896 pp.

- Porter, M. (2000). Location, Clusters, and Company Strategy. *In: Oxford Handbook of Economic Geography*. G. Clark, M. Gertler, and M. Feldman, eds Oxford : Oxford University Press.
- Pourcet, G. (1995). Instabilité et structuration du secteur informel. *In: L'Afrique des incertitudes*. pp: 200-220.
- Prats, L. (2003). Patrimonio + turismo = ¿desarrollo? PASOS- Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol.1(2): 127-136.
- Pro Sierra De Jalmich (PSJ) (2004). Potencialización del patrimonio cultural en la Sierra de Jal-Mich. Hacia la denominación de origen del queso Cotija. Proyecto Regional Integral para un Desarrollo Rural Sustentable y Localizado. 24 p. y anexos.
- PROFECO (2000). Calidad de quesos. Revista del Consumidor, 278, abril 2000, pp. 17.
- PROFECO (2003a). Cremas y quesos. Revista del Consumidor, abril 2003. pp. 46-51.
- PROFECO (2003b). Quesos Chihuahua, Gouda y Manchego. Revista del Consumidor, diciembre 2003. pp. 42-47.
- PROFECO (2004a). Productos mexicanos con denominación de origen. Revista del Consumidor, enero 2004. pp. 56-59.
- PROFECO (2004b). No todo lo que parece leche lo es. Revista del Consumidor, diciembre del 2004. pp. 18-29.
- PROFECO (2006a). ¿Adiós al mercado tradicional? Revista del Consumidor, octubre del 2006. pp. 18-21.
- PROFECO (2006b). Leche y formulas... ¿lácteas? Revista del Consumidor, octubre del 2006. pp. 47-59.
- PROFECO (2006c). Queso tipo Americano. Revista del Consumidor, noviembre del 2006. pp. 28-35.
- PROFECO (2007a). Queso panela y sus imitaciones. ¿Cómo y quien nos engaña? Revista del Consumidor, marzo del 2007. pp. 46-55.
- PROFECO (2007b). Quesos crema y doble crema. Revista del Consumidor, septiembre del 2007. pp. 46-51.
- PROMAR (2002). Oportunidades para los quesos españoles en México, Oficina Comercial de la Embajada de España en México: 80 pp. y anexos.
- Quintana, V. (2003). Por qué el campo mexicano no aguanta más... Consultable en: www.uacj.mx/ICSA/carreras/sociologia/campo.htm. Consultado el 12/11/2008.
- Quirasco B., M. (2009). Resumen investigaciones Queso Cotija. Documento de trabajo en el marco del proyecto de norma "Queso Cotija artesanal madurado", PROY-NMX-F-735-COFOCALEC-2009. Facultad de Química, UNAM, octubre del 2009. 19 p.
- Rallet, A. et Torre, A. (2004). Proximité et localisation. Economie rurale, **280** : 25-41.
- Ramírez M., P.P. (2007). Aplicación e impacto del Programa Especial Concurrente para el Desarrollo Rural Sustentable (PEC) en las UPR 2002-2005. Evaluación externa para el CEDRSSA-H. Cámara de Diputados.
- Rangel, MC. (2002). La agroindustria del bocadillo en la Provincia de Vélez, en el departamento de Santander, Colombia. Rol de las redes de actores en los procesos de crecimiento de la agroindustria y en los procesos de innovación. *In: 1er congrès international du réseau SYAL*, Montpellier, France, oct. 2002. 18 p.
- Raveaud, G. (2005). L'Economie des Conventions : théorie pragmatique, ou méthode radicale ? Document de travail, série « Règles, Institutions, Conventions », 05-03, 12 p.

Razanakoto, P. (2003). Qualité, régulation et conventions : entre incertitude et rationalité du choix du consommateur. *In: Forum Régulation 2003*. CEPREMAP et Recherche et régulation. Paris, oct. 2003. 11 p.

Reardon, T., Cordron, J.M. and Busch, L. (2001). Global change. *In: agrifood grades and standards: agribusiness strategic responses in developing countries*. International Food and Agribusiness Management Review, 2(3/4): 421-435.

Reardon, T., Timmer, P. (Transformation of markets for agricultural output in developing countries since 1950: how has thinking changed? Chapter, 55 in Evenson R. y Pingali P. (ed.), *Handbook of Agricultural Economics*, volume 3. pp. 2807-2855.

Reforma (2010). Avanzan quesos importados. Periódico Reforma, rubrica Negocios. Viernes 23 de julio de 2010.

Reglamento de la ley de control sanitario de productos y servicios (1999). Diario Oficial de la Federación, 09/07/1999. 98 pp.

Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial (1994). (llamada "Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial" de 1991 a 1994, fecha en que se reformó ampliamente). Diario Oficial de la Federación, México, 23 de Noviembre de 1994. 24 p.

Regnault, C. (2004). Caractéristiques sensorielles des fromages : quelles influences des conditions de production du lait ? C. Regnault (coord.). Pôle fromager AOC Massif Central-INRA-GIS Alpes du Nord.

Renard, MC. (2003). Fair trade: quality, market and conventions. Journal of Rural Studies, 19 (1): 87–96.

Renard, MC. (2005). El comercio justo. ¿Víctima de su éxito ? *In: Barragán E. (ed), Gente de campo. Patrimonios y dinámicas rurales en México*. Colegio de Michoacán, Zamora. pp: 443-458.

Requier-Desjardins, D. (1999). Local Productive Systems in agri-food Supply Chains, Product Specificity and Consumer's Behavior: a Cognitive Approach. *In: 67th EAAE Seminar: The socio-economic of origin labeled products in agri-food supply chains: spatial, institutional and co-ordination aspects*. Le Mans, France. 13 p.

Requier-Desjardins, D. (2002). Multifonctionnalité, territoire et secteur agroalimentaire: une approche par les SYAL. Cahiers du C3ED, n°02-01. 23 p.

Requier-Desjardins, D. (2004a). Agroindustria rural, acción colectiva y SIALES: Desarrollo o lucha contra la pobreza? *In: Congreso Internacional ARTE, Agroindustria Rural y Territorio*. Toluca, México. Dic. 2004. p 12.

Requier-Desjardins, D. (2004b). Produced Common Pool Resources, Collective Action and sustainable local development: the case of food-processing clusters. 30^a conferencia de l'International Association for the Study of Common Property: "The Commons in an age of global transition". 22 p.

Requier-Desjardins, D. (2007a). L'évolution du débat sur les SYAL : le regard d'un économiste. *In :43^{ème} Colloque de l'ASRDLE, Grenoble-Chambéry, jul 2007*. 16 p.

Requier-Desjardins, D. (2007b). Systèmes agroalimentaires localisés et qualification : une relation complexe. *In: Colóquio internacional sobre desenvolvimento territorial sustentável - Florianópolis/UFSC, 22 a 25 de agosto de 2007*. 13 p.

Requier-Desjardins, D. (2008). Qualification des produits alimentaires et des territoires ruraux en Amérique Latine : un marqueur de l'émergence ? Communication au colloque international « L'émergence : des trajectoires au concept » organisé par le GREThA, Université de Bordeaux, 4 novembre 2008. 17 p.

Requier-Desjardins, D. (2009). Territoires-identités-patrimoine : une approche économique ?, Développement durable et territoires [En ligne], Dossier **12** : Identités, patrimoines collectifs et développement soutenable, mis en ligne le 16/04/2009. <http://developpementdurable.revues.org/index7852.html>. Consultado el 16/09/2009.

Requier-Desjardins, D. (2009). La Contribution des transferts de migrants au développement en Amérique Latine: une approche par l'économie résidentielle. Communication au 46^{ème} colloque de l'ASRDLF, Clermont-Ferrand, juillet 2009. 19 p.

Requier-Desjardins, D., Boucher, F. and Cerdan, C. (2003): Globalization, competitive advantages and the evolution of Localised Agri-food Systems in Latin America. *In*: Entrepreneurship and Regional development 15-1, January-march pp 49-67.

Reyes O, S., Stavenhagen, R., Eckstein, S., Ballesteros, J., Restrepo, I., Aguirre, J., Maturana S. y Sánchez, J. (1974). Estructura agraria y desarrollo agrícola en México: estudio sobre las relaciones entre la tenencia y uso de la tierra y el desarrollo agrícola de México. Ediciones Fondo de Cultura Económica, México. 1175 pp.

Reynaud, B. (1999). Les analyses du collectif en économie. La lettre de la régulation, **28**, mars 1999: 1-3.

Ricard, D. (1999). Filières de qualité et ancrage au terroir : la délimitation des zones d'AOC fromagères. Sud Ouest Européen, **6** : 31-40.

Robertson, R. (1995). Glocalization: time-space and homogeneity-heterogeneity. *In*: Featherstone M.; Lash S.; Robertso R., eds. Global Modernities. London: Sage Publications, 1995. pp. 25-44.

Rodríguez B., G. (2002). La multifuncionalidad de los sistemas agroalimentarios locales. Un análisis desde la perspectiva de tres casos en Colombia. *In*: 1er congrès international du réseau SYAL, Montpellier, France, oct. 2002. 20 p.

Rodríguez C., M. (1976). Características de la agricultura mexicana y proyecciones de la demanda y oferta de los productos agropecuarios de 1976 y 1982. Banco de México. 558 pp.

Rodríguez Cisnero, E. (2001). La protección de indicaciones geográficas en México. Simposio sobre la protección internacional de las indicaciones geográficas. Montevideo, 28 y 29 de noviembre de 2001. 16 pp.

Rodríguez G. y Chombo M., P. (coord.) (1998). Los rejugos de poder. Globalización y cadenas agroindustriales de la leche en occidente. CIESAS, CIATEJ, SIMORELOS, CONACYT, UAM Xochimilco, México. 328 p.

Rodríguez G., G. (1998a). Apertura comercial y la actividad lechera en México. *In*: Los rejugos de poder. Globalización y cadenas agroindustriales de la leche en occidente. CIESAS, CIATEJ, SIMORELOS, CONACYT, UAM Xochimilco, México. pp. 35-57.

Rodríguez G., G. (1998b). Una mirada sociocultural y política a la globalización: la calidad de la leche en los Altos de Jalisco. *In*: Los rejugos de poder. Globalización y cadenas agroindustriales de la leche en occidente. CIESAS, CIATEJ, SIMORELOS, CONACYT, UAM Xochimilco, México. pp: 223-273.

Rodríguez, G. (2004). El derecho a ostentar la denominación de origen: las disputas por la hegemonía en el mercado agroalimentario mundial. Desacatos, **15-16**: 171-196.

Rodríguez, G. (2007a). Imaginar la soberanía alimentaria y las oportunidades para las agriculturas del México globalizado. Desacatos, **25**: 101-114.

Rodríguez, G. (2007b). La denominación de origen del Tequila: pugnas de poder y la construcción de la especificidad sociocultural del agave azul. *Revista Nueva Antropología* [en línea] 2007, vol. **XX** [citado 2009-08-29]. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=15906707>. Consultado el 23/02/2009.

Rojas, P., Chavarría, H., Romero, S. y Sepúlveda, S. (2000). Los Complejos Productivos de la Teoría a la Práctica. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura IICA. Cuadernos Técnicos-IICA, No 15: 44 p.

Romagnoli, A. (2003). Développement économique et “libre échange” euro-méditerranéen. Edisud. 75 pp.

Rombaldi, R. (2001). Nouvelles formes de gouvernance publique et performance territoriale : une mise en perspective régulationniste. Acte du forum de la Régulation 2001: 11 pp.

Romero, P. (2007). Incidencia de Salmonella y E. Coli en queso Crema tropical (estudio de caso en cinco queserías del municipio de Tonalá, Chiapas). Tesis presentada para la obtención del título de Maestría en Ciencias y Tecnología Agroalimentaria. UACH. 42 pp. y anexos.

Roux, B. et dos Santos, A. (2006). La fragilité des systèmes agroalimentaires localisés. Une comparaison internationale sur le cas des systèmes fromagers”, Estudos Sociedade e Agricultura, vol. 14 (2): 175-204.

Rubio, B. (2001). Explotados y excluidos. Los campesinos latinoamericanos en la fase agroexportadora neoliberal. 251 pp.

SAGARPA (1995a). Campaña Nacional contra la Brucelosis en los Animales. **NOM-041-ZOO-1995**.

SAGARPA (1995b). Campaña Nacional contra la Tuberculosis Bovina. **NOM-031-ZOO-1995**.

SAGARPA (2009a). Normalización y certificación de la calidad. Subsecretaría de agricultura. Junio de 2009.

SAGARPA (2009b). Denominaciones de Origen. Instrumentos de Competitividad orientados a la empresarialidad. Subsecretaría de agricultura. *In*: Sub-Regional Conference on Intellectual Property and the Competitiveness of Small and Medium Sized Enterprises (SMEs) in the Agro-Foods Sector in Latin America. Veracruz, México. 19-20 de Octubre de 2009.

SAGARPA-CGG (2005). Situación actual y perspectiva de la producción de leche de bovino en México 2005. J.L. Gallardo Neto, coordinador. SAGARPA, Coordinación General de Ganadería. 37 pp.

Salais, R. et Storper, M. (1993). Les Mondes de production. Enquête sur l'identité économique de la France. Editions de l'EHESS, Paris. 467 p.

Sánchez A., MA., Nava O., R., Guillen A., A. y González de Jesús, I. (1994). Neoliberalismo y populismo: la imagen modernizadora del Estado mexicano. Tesis para la obtención del título de licenciado en sociología política, UAM. 200 pp.

Sánchez M, AV. (2006). La fiesta del gusto: La construcción de México a través de sus comidas. Opción, vol. 22, no.51: 9-25.

Santiago V., O. (1989). Organización de productores de ganado bovino del sistema de doble propósito, región Costa de Chiapas. Tesis de licenciatura. UA Chapingo.

Sautier, D. (2000a). Local Agrifood System : a territorial approach to small enterprises in the african food sector. *In*: IDRC Planning Meeting, “Poverty, livelihoods and enterprise development in a globalizing economy: research directions in Africa and the Middle-East. Cape Town, april 2000. 17 p.

Sautier, D. (2000b). Territorialité et Valorisation des Produits. *In* : Semaine « Brasil 2000 ». Echanges scientifiques et coopération franco-brésilienne. Octobre 2000. 16 pp.

SCFI (1994). Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados. **NOM-051-SCFI-1994**.

Schlager, E. and Ostrom, E. (1992). Property-Rights Regimes and Natural Resources: A Conceptual Analysis. Land Economics, 68(3): 249-262.

Schmitz, H. (1990). Small firms and flexible specialization in developing countries. *Labour and Society*, **15** (3): 257-284.

Schmitz H. (1996). Efficacité collective : chemin de croissance pour la petite industrie dans les pays en développement. *In: Dynamiques territoriales et mutations économiques*, B. PECQUEUR (dir.), L'Harmattan, Paris. pp : 73-99.

Schmitz H., y Musyck B. (1994). Industrial Districts in Europe : Policy Lessons for Developing Countries ? *World Development*, **22**(6): 889-910.

Schultz, T. (2005). Protección de indicaciones geográficas. Estrategias para el mejoramiento de los hombres de campo. *In: Barragán, E. (ed.), Gente de campo. Patrimonios y dinámicas rurales en México*. Colegio de Michoacán, Zamora. pp: 459-479

Schwentenius, R., M. Gómez Cruz, J. Calva Téllez y L. Hernández Navarro (coordinadores). (2004). *¿El Campo, aguanta más?* CIESTAAM-La Jornada, México.

SDC (2009). Impulsan marcas colectivas. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; 21 de agosto de 2009. http://www.secretariadelcampo.gob.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=297&Itemid=92. Consultado el 06/06/2010.

SDC (2010a). Queso crema de Chiapas considerado patrimonio cultural. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; 30 de julio de 2010. http://www.secretariadelcampo.gob.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=387&Itemid=46

SDC (2010b). Catador Internacional de quesos, reconoce cinco empresas chiapanecas. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; 26 de agosto de 2010. http://www.secretariadelcampo.gob.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=405&Itemid=89. Consultado el 11/11/2010.

Secretaría de Salud. (1994). Bienes y servicios. Quesos: frescos, madurados y procesados. Especificaciones sanitarias, Secretaría de Salud 10 pp.

Secretaria Del Campo –SDC (2007). Diagnostico regional de la Costa de Chiapas. Documento de trabajo. Marzo 2007. 73 pp.

Sen, A. (1996). Capacidad y bienestar. *In: La Calidad de Vida*. M.C. Nussbaum y A. Sen (compiladores). The United Nations University. FCE. pp. 54-83.

Sen, A. (2000). *Repenser l'inégalité*. Ed. du Seuil. Paris, 281 pp.

Sengenberger, W. and Pyke, F. (1991). Small firm industrial districts and local economic regeneration: research and policy issues, *Labour and Society*, **16** (1):1-24.

Serzenis, A. (2000). Reforma ejidal y procesos locales de apropiación de la tierra en el centro de Veracruz. Consultable en: www.pa.gob.mx/publica/rev_15/Reforma%20ejidal.pdf. Consultado el 19/12/2008.

SIAP (2006). Comportamiento del gasto de los hogares en alimentos en el sector rural 2000-2004. SIAP-SAGARPA, México. Septiembre de 2006. 54 p. y anexos.

SIAP (2007). Boletín de leche. Jun. 2007. SIAP-SAGARPA. México. Consultable en: www.siap.sagarpa.gob.mx. Consultado el 12/02/2007.

SIAP (2008). Boletín de leche. Octubre-diciembre 2008. SIAP-SAGARPA. México. http://www.campomexicano.gob.mx/portal_siap/PublicaDinamica/Estadistica/E_Derivada/ar_regbollech.html. Consultado el 15/02/2009

Simon, H. A. (1976). From Substantive to Procedural Rationality. *In Method and Appraisal in Economics*, edited by S. Latsis. Cambridge: Cambridge University Press.

- Sin Autor (2007a). Plan de desarrollo municipal. Santa María del Oro, 2007-2009. 89 p. y anexos.
- Sin Autor (2007b). Plan de desarrollo municipal. Jilotlán, 2007-2009. 111 p.
- Sin Autor (2007c). Plan de desarrollo municipal. Quitupán, 2007-2009. 58 p. y anexos.
- Sin autor (2008b). Plan de negocios. Proyecto Queso Cotija. CIEF – Tecnológico de Monterrey.
- Sin autor (2010e). Empresas chiapanecas participarán en Concurso Anual de Quesos Mundiales. El diario de Palenque, 27/08/2010. <http://www.diariodepalenque.com/nota.php?nId=20221> Consultado el 01/09/2010.
- Sin autor. (2002). Perfil queso – México. 12 pp.
- Solórzano A., CL. (2008). Plan de desarrollo municipal. Ayuntamiento de Ocosingo, Chiapas. 202 p. y anexos.
- Soltero G., S. (2008). Mejoramiento de la calidad de la leche cruda en México. 5º encuentro de Guadalajara de la CNOG, mesa de Bovinos de Leche. Consultable en http://www.cnog.org.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=284:mesa-de-bovinos-leche&catid=86:5d-encuentro-guadalajara-2008&Itemid=68. Consultado el 12/01/2009.
- Spence, M. (1973). Job market signalling. *Quarterly Journal of Economics*, **87**: 355-379.
- SSA (1994a). Bienes y servicios. Quesos: frescos, madurados y procesados. Especificaciones sanitarias, Secretaría de Salud. **NOM-121-SSA1-1994**.
- SSA (1994b). Bienes y servicios. Alimentos y bebidas no alcohólicas con modificaciones en su composición. Especificaciones nutrimentales. **NOM-086-SSA1-1994**.
- SSA (1994c). Bienes y servicios. Practicas de higiene y sanidad para el proceso de alimentos, bebidas no alcohólicas y alcohólicas. **NOM-120-SSA1-1994**.
- SSA (1994d). Bienes y servicios. Leche pasteurizada de vaca. Disposiciones y especificaciones sanitarias. **NOM-091-SSA1-1994**.
- SSA (1999). Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios. Diario Oficial de la Federación, 9 de agosto de 1999. 98 p.
- SSA (2008). Proyecto de Norma Oficial Mexicana **PROY-NOM-243-SSA1-2005**, Productos y servicios. Leche, fórmula láctea, producto lácteo combinado y derivados lácteos. Disposiciones y especificaciones sanitarias. Métodos de prueba. **PROY-NOM-243-SSA1-2005**.
- SSA (2009). Prácticas de higiene para el proceso de alimentos, bebidas o suplementos alimenticios. 8 de diciembre de 2009. **NOM-251-SSA1-2009**.
- SSA (2010). Productos y servicios. Leche, fórmula láctea, producto lácteo combinado y derivados lácteos. Disposiciones y especificaciones sanitarias. Métodos de prueba. 25 de junio de 2010. **NOM-243-SSA1-2010**.
- Steiner, P. (2007). La sociologie économique. Ed. Repères-La Découverte. 121 pp.
- Suárez P., S. (2007). Cambio tecnológico y sociocultural. Actores rurales y producción lechera en la Laguna. Plaza y Valdés Editores, México, 324 pp.
- Suarez Rodríguez, F., (2008). Esquema de evaluación de la conformidad. Secretaría de Economía, México, enero de 2008.
- Sylvander B. and Biencourt O. (2004). Negotiating standards for animal products: a procedural approach applied to unpasteurized milk. *In: The Shape of the Global Food and Fiber System*. Bingen J., Busch L. (editores). Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 2004. pp: 95-109.

Sylvander B. et Marty S. (2000). Logiques sectorielles et territoriales dans les AOC fromagères: vers un compromis par le modèle industriel flexible? Revue d'Economie Régionale et Urbaine, **2000-3** : 501-518.

Sylvander B., Isla A. et Wallet F. (2007). A quelles conditions les dispositifs des Indications Géographiques peuvent-ils être considérés comme des biens publics permettant de contribuer au développement durable ? *In* : Ecole Thématique CNRS « Les méthodes de l'analyse institutionnelle » ; La Rochelle du 17 au 21 septembre 2007. 13 p.

Sylvander, B., Allaire, G., Belletti, G., Marescotti, A., Barjolle, D., Thévenod-Mottet, E. et Tregear, A. (2005). Les dispositifs français et européens de protection de la qualité et de l'origine dans le contexte de l'OMC : justifications générales et contextes nationaux. Communication pour le Symposium international : « Territoires et enjeux du développement régional », Lyon, 9-11 mars 2005 ; 22 p.

Tello D., C. (1995). La rebelión de las Cañadas. Origen y ascenso del EZLN. Ed. Booklet. 347 pp.

Théret, B. (2000). Nouvelle économie institutionnelle, économie des conventions et théorie de la régulation: vers une synthèse institutionnaliste? La lettre de la régulation **35**: 1-4. Thiébault, V., García S., M. y Jiménez I., MA. (eds) (2008). Patrimonio y paisajes culturales. El Colegio de Michoacán, Zamora, 424 pp.

Thomas, F. et The Anh, D. (2009). Qualités et origines au Vietnam. L'épineuse question de l'administration de la preuve du lien entre qualité et origine. *In* : Colloque « Localiser les produits », UNESCO, Paris, 9-11 juin 2009. 17 p.

Tiebout, C. (1956). A Pure Theory of Local Expenditures. Review of Economics and Statistics, **36**: 387-389.

Tillie, P. y Cervantes E., F. (2007). Pequeños productores y cadena de leche en México: el impacto de los supermercados. Congreso AMER 2007, Veracruz, México. p. 38.

Tillie, P. y Cervantes E., F. (2008). Periodo de transición y políticas públicas: el caso de la liberalización del mercado de la leche en México en el marco del TLCAN. Reporte de investigación, 82. UACH-CIESTAAM, 28 p.

Timmer, P. (1998). The agricultural transformation. *In*: Handbook of Development Economics, vol 1. Hollis Chenery y T.N. Srinivasan (ed), Elsevier Science Publishers, Amsterdam.

Torre, A. (2000). Activités agricoles et agro-alimentaires et processus de développement local. Introduction. Revue d'Economie Régionale et Urbaine, 2000, **III** : 363-368.

Torre, A. (2001). Confiance et Territoire : de l'analyse des systèmes localisés de production à l'étude des modes d'organisation de la production agricole au niveau local. *In* : *Confiance et Rationalité*, F. Aubert y J.P. Sylvestre (dir.), Inra Editions. pp : 249-265.

Torre, A. (2002). Les AOC sont-elles des clubs ? Réflexions sur les conditions de l'action collective localisée, entre coopération et règles formelles. Revue d'économie industrielle, **100** : 39-62.

Torre A. et Chia E. (2001). Pilotage d'une AOC fondée sur la confiance. Le cas de la production de fromage de Comté. GERER ET COMPRENDRE, **65** : 55-67.

Torre, A. and Gilly, J.P. (1999). On the analytical dimension of Proximity Dynamics. Regional Studies, 1999, vol. **34**, n°2: 169-180.

Torres de la Cruz, JA., Villegas, A. y Muñoz R., M. (2009). El queso de poro de los Ríos, Tabasco: una aproximación a la metodología para su estudio. *In*: Beatriz A. Cavallotti Vázquez, Carlos F. Marcof Álvarez, y Benito Ramírez Valverde (coords), Ganadería y seguridad alimentaria en tiempo de crisis. Universidad Autónoma Chapingo, pp: 129-141.

- Torres, T., F. y Trápaga D., Y. (coord.) (2001). La alimentación de los mexicanos en la alborada del tercer milenio. Ed. UNAM y Miguel Ángel Porrúa., México.
- Touzard, JM. (2007). Systèmes agroalimentaires localisés : interactions locales et encastrément social. In : 43ème Colloque de l'ASRDLF, Grenoble-Chambéry, juillet 2007. 13 p
- Unnevehr, L. (ed.) (2003). Food safety in food security and food trade. IFPRI. 2020 Vision Focus Briefs, **10**. 38 p.
- Urzúa J., W., Nuñez O., JM., y Garcia O., M. (1998). La dimensión económica de la producción primaria. In: Los juegos de poder. Globalización y cadenas agroindustriales de la leche en occidente. CIESAS, CIATEJ, SIMORELOS, CONACYT, UAM Xochimilco, México. pp: 73-137.
- Urzúa J., W., y Alvarez M., A. (1998). Caracterización de las agroindustrias y tipología de las cadenas agroindustriales. In: Los juegos de poder. Globalización y cadenas agroindustriales de la leche en occidente. CIESAS, CIATEJ, SIMORELOS, CONACYT, UAM Xochimilco, México. pp: 139-158.
- Utrera, M. (2007). Queso Cotija autentico: estudio de la relación de sus características sensoriales, texturales y de color. Tesis de Licenciatura. Facultad de Química. UNAM.
- Valceschini, E. (2000). La dénomination d'origine comme signal de qualité crédible. *REVUE D'ÉCONOMIE RÉGIONALE ET URBAINE*, **3** : 489-500.
- Valdivia C., ME. (1977). Estructura jurídica agraria y organización campesina. Instrumentos para el desarrollo. El caso del Plan Puebla. Tesis para la obtención del título de MC en Desarrollo Rural del Colegio de Postgraduados.
- Valenzuela-Zapata, A. (2007). Las denominaciones de origen Tequila y Mezcal y la biodiversidad en el género. In: Seminário "Biodiversidade e Denominações de Origem: Uma problemática global", en la Escola Superior Agrária de Coimbra (ESAC) el día 18 de Abril de 2007 en Coimbra, Portugal. 20 p.
- Valenzuela-Zapata, A., Regalado, P. A., and López, MI. (2008). Mezcal and tequila from artisans, biodiversity in transition.
- Vandecandelaere E., Arfini F., Beletti G. and Marescotti A. (eds) (2009). Linking, people, places and products: a guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable geographical indications. FAO-SINERGI. 194 p.
- Varela, R. (2009). IMPI mejorará denominación de origen. El Financiero, Corporativo, 23 de noviembre del 2009.
- Vatin, F. (1990). L'industrie du lait. Essai d'histoire économique. L'Harmattan (ed.), Paris, Francia. 224 pp.
- Vatin, F. (1996). Le lait et la raison marchande. Essai de sociologie économique. Presses Universitaires de Rennes 2, Rennes, Francia. 205 pp.
- Vázquez V., RM, Vázquez S., RD., Castellanos R., A. (fecha?). Denominación de origen del queso Bola de Ocosingo. Universidad Tecnológica de la Selva, Procesos Agroindustriales. 7 p.
- Veblen, T. (1898). Why is economics not an evolutionary science? *The Quarterly Journal of Economics*, **12** (4): 373-397.
- Veblen, T. (1899). The theory of leisure class: an economic study of institutions. New York, Mamillan.
- Velarde, I., Daniele, J. (2008). La construcción social de productos patrimoniales: conflictos del proceso de innovación y de su valorización económica. In: III Congreso Internacional de la Red SIAL "Alimentación y Territorios, Baeza, España, 18 – 21 de Octubre 2006. 28 pp.
- Ventura C., MA. (1998). La participación del Estado en el proceso de organización campesina en la región Valles Centrales de Oaxaca. Tesis para la obtención del título de MC del Colegio de Postgraduados. 234 pp. y anexos.

- Villa S., JC. (2007). Integralidad de los programas de desarrollo rural en México. El caso de los sistemas ganaderos de producción de leche. V Congreso Europeo CEISAL de latinoamericanistas. Simposio RUR-2. "Territorios y actores rurales latinoamericanos: nuevas prácticas y nuevos modelos de gestión". Bruselas 2007. 42 p.
- Villegas, A. (1993). Los quesos Mexicanos. UA Chapingo, Texcoco, México. 220 pp.
- Villegas, A. (1997). Reporte de viaje de estudios de la materia "Sistemas Agroindustriales": el SAI Leche en la Costa de Chiapas, UA Chapingo. 70 pp.
- Villegas, A. (2004). Tecnología quesera. Trillas, México. 398 pp.
- Villegas, A. (2009). Comunicación personal sobre el queso de poro de la región de los Ríos, Tabasco, México. Texcoco, México. 16/01/2009.
- Villegas de Gante A. y Santos M., A. (1999). Lácteos y cárnicos mexicanos, junio-julio 1999, 11-17.
- Villegas de Gante, A.Z., Hernández-Montes, A. y Santos Moreno, A. (2010a). El queso crema de Chiapas: una aproximación al sistema agroindustrial en la región norte del estado. *In*: Eds. Beatriz A. Cavallotti Vázquez, Benito Ramírez Valverde y Carlos F. Marcof Álvarez. Los grandes retos para la ganadería: hambre, pobreza y crisis ambiental. Universidad Autónoma Chapingo. pp: 243-251.
- Villegas de Gante, A.Z., Hernández-Montes, A. y Santos Moreno, A. (2010b). El Queso Crema de Chiapas: un acercamiento a su caracterización. *Claridades Agropecuarias*, **206**: 33-39.
- Vivien, FD. (2005). Et la nature devint patrimoine. *In* : Barrère *et al.* pp: 45-70.
- Warman G., A. (1994). La reforma al Artículo 27 constitucional. Consultable en: <http://www.pa.gob.mx/publica/pa070203.htm> Consultado el 19/07/2008.
- White, H., Godart, F. et Corona, V. (2008). Produire en contexte d'incertitude. La construction des identités et des liens sociaux dans les marchés. *Sciences de la Société*, **73** : 16-39.
- Wiggins, S. (2002). Reducing peri-urban and rural poverty through small-scale dairying in central and southern Mexico, British Council-funded link. 8 pp.
- Wilkinson, J. (1997). A new paradigm for economic analysis? Recent convergences in French social science and an exploration of the convention theory approach with a consideration of its application to the analysis of the agro-food sector. *Economy and Society*, **26**(3): 305-339.
- Williamson, OE. (1985). *The Economic Institutions of Capitalism*. Free Press.
- Woolcock, M. and Narayan, D. (2000). Social capital: Implications for Development Theory, Research and Policy. *World Bank Research Observer*, **15**(2): 225-249.
- World Bank (2002). *Building institutions for market*. World development report 2002. 268 p.
- World Bank (2003). Institutions for sustainable development. *In*: Sustainable development in a dynamic world. Transforming institutions, growth and quality of life. World development report 2003. pp. 37-58.
- World Bank (2008). Agriculture for development. World development report 2008. 386 pp.
- Yescas, C. (2008). Establecimiento de la Marca Colectiva para el Queso de Cuadro (Doble Crema) de Chiapas. Reporte de la cata.
- Yunez-Naude, A. (2003). The Dismantling of CONASUPO, a Mexican State Trader in Agriculture. *World Economy*, **26**, 1: 97-122.
- Zelizer, V. (1992). Repenser le marché. *Actes de la recherche en sciences sociales*, **94**(1) : 3-26.

Prensa e Internet

Barragán, N. (2009). Alumnos del Tec le entran al mundo del queso Cotija. Periódico El Milenio, rubrica Universitarios, 18/06/2009. <http://impreso.milenio.com/node/8593912> Consultado el 09/09/2009.

Bonfil O., M (2009). Premio al Cotija. Periódico El Milenio, 21 de octubre de 2009, rubrica Tendencias-La ciencia por gusto, p. 40.

Casillas M., S. (2009). Se suman tequileros a la Feria del Queso Cotija 2009. Periódico El Cambio de Michoacán, rúbrica Economía, 26/11/2009. <http://www.cambiodemichoacan.com.mx/vernota.php?id=113534> Consultado el 01/02/2010.

Fletcher, J. (2009). The Cheese Course: Cotija from the mountains of Mexico. Periódico San Francisco Gate, 5 de abril del 2009. http://articles.sfgate.com/2009-04-05/food/17193158_1_cow-s-milk-cheese-shop-table-cheese Consultado el 11/07/2010.

Fragaso, J. (2007). El queso Cotija se pone de moda. Periódico Excelsior, 12/03/2007. Consultable en http://www.inforural.com.mx/noticias.php?&id_rubrique=22&id_article=3484. Consultado el 12/03/2008.

Galán, V. (2006). Cuidan marcas colectivas. Periódico Reforma, rubrica Negocios, 19/06/2006. Disponible en <http://www.iuris-gen.com/notas/notas/marcas-colectivas-en-mexico.html> Consultado el 12/03/2008.

García C., D. (2010). El queso Cotija no tiene competencia. Periódico el Sol de Morelia, rubrica Morelia, 10/11/2010. <http://www.oem.com.mx/elsoldemorelia/notas/n1849683.htm> Consultado el 15/11/2010.

García, O (2010). Exponen proyecto de queso Cotija en la Ciénega. Periódico El Cambio de Michoacán, rúbrica Economía, región Ciénega, 20/05/2010. <http://www.cambiodemichoacan.com.mx/vernota.php?id=125444> Consultado el 12/06/2010.

Hernández, R., Ramírez, A. (2008). Queso Cotija, en defensa de una identidad. Periódico El Universal, 21/10/2008. <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/50061.html> Consultado el 30/11/2008.

Inocencio, G. (2010). Optimizan proceso para elaborar quesos. Periódico el Sol de Morelia, 21 de mayo del 2010. <http://www.oem.com.mx/elsoldezamora/notas/n1641874.htm> Consultado el 01/09/2010.

Juárez N., A. (2007). Queso Cotija de exportación. Periódico el Cambio de Michoacán- 7 de marzo de 2007. <http://www.cambiodemichoacan.com.mx/vernota.php?id=59150> Consultado el 12/03/2008.

Sánchez, C. (2007). Queso Cotija. Sitio internet: "Restaurantes de México" http://www.restaurantesdemexico.com.mx/9/Reportaje_Queso_Cotija.html. Consultado el 12/03/2008.

SEMANARIO GUÍA (2007). El gobernador y Comercio Justo firmaron convenio en Cotija. Semanario Guía de Zamora <http://www.semanarioguia.com/110307/comerciojusto.htm> Consultado el 12/03/2008.

Sin autor (2002). Tecnología para un queso de tradición. <http://www.invdes.com.mx/anteriores/Enero2002/hm/queso.html> Consultado el 02/10/2007.

Sin autor (2005). Queso Cotija. Queda San José de Gracia fuera de marca registrada. Periódico El Cambio de Michoacán. 30 de diciembre del 2005. <http://www.agronet.com.mx/cgi/notes.cgi?Action=Viewhistory&Note=7&Type=N&Datemin=2005-12-01%2000:00:00&Datemax=2005-12-31%2023:59:59> Consultado el 02/10/2007.

Sin autor (2006). Eligen al queso de Cotija, Michoacán, como el mejor del mundo este año. Periódico La Jornada, rubrico "Estados", 13/11/2006. <http://www.jornada.unam.mx/2006/11/14/index.php?section=estados&article=037n3est> Consultado el 15/10/2007.

Sin autor (2008a). Peligra la Denominación de Origen de varios productos michoacanos. Periódico El Cambio de Michoacán, rúbrica Especial, 26/05/2008. <http://www.cambiodemichoacan.com.mx/imprime.php?id=80837&PHPSESSID=9f2a02c274f5890e89a31d205a23c55b> Consultado el 01/07/2008.

Sin autor (2009). Queso Cotija Artesanal, con luz verde para el mercado nacional e internacional. Periódico El Cambio de Michoacán, rúbrica Economía, 29/06/2009. <http://www.cambiodemichoacan.com.mx/vernota.php?id=104017> Consultado el 12/06/2010.

Sin autor (2010a). Va queso Cotija por la denominación de origen. Periódico El Cambio de Michoacán, rúbrica Economía, 02/02/2010. <http://www.cambiodemichoacan.com.mx/vernota.php?id=117496> Consultado el 12/06/2010.

Sin autor (2010b). Queso Cotija candidato a una denominación de origen. Periódico El Informador, 02/02/2010. <http://www.informador.com.mx/jalisco/2010/175533/6/queso-cotija-candidato-a-una-denominacion-de-origen.htm> Consultado el 12/06/2010.

Sin autor (2010c). Logran importante aportación en beneficio de los productores de queso Cotija. Periódico El Informador, 20/05/2010. <http://www.informador.com.mx/tecnologia/2010/205944/6/logran-importante-aportacion-en-beneficio-de-los-productores-de-queso-cotija.htm> Consultado el 12/06/2010.

Sin autor (2010d). Primer Concurso de Platillos Elaborados con Queso Cotija. Periódico el Sol de Morelia, rubrica Morelia, 07/10/2010. <http://www.oem.com.mx/elsoldemorelia/notas/n1808224.htm> Consultado el 01/11/2010.

Trilling, S. (2010). El Mesón del Queso Cotija--Región de Origen: Michoacán Aged Cheese. Sitio Internet: "Mexico Cooks!" 23/10/2010. Consultado el 01/11/2010. http://mexicocooks.typepad.com/mexico_cooks/2010/10/el-mes%C3%B3n-del-queso-cotija-region-de-origen-michoac%C3%A1n-aged-cheese.html

Sitios internet consultados

Estadísticas e informaciones sobre el sector lechero y quesero

<http://www.economia-snci.gob.mx:8080/siaviWeb/siaviMain.jsp>

<http://faostat.fao.org/>

<http://www.inegi.org.mx/inegi/default.aspx>

<http://www.siap.gob.mx/>, en particular sobre el sistema producto de leche: http://www.campomexicano.gob.mx/portal_sispro/index.php?portal=lechebovino

<http://www.canilec.org.mx>

<http://www.liconsa.gob.mx>

<http://www.canilec.org.mx>

<http://www.cofocalec.org.mx>

<http://www.lactodata.com>

<http://www.profeco.gob.mx>
<http://www.banxico.org.mx>
<http://www.sagarpa.gob.mx>
<http://www.cofemer.gob.mx>
<http://www.cnog.com.mx>
http://www.cofepris.gob.mx/wb/cfp/cfp_inicio
<http://www.cheesereporter.com>
<http://www.cheesemarketnews.com>
<http://www.nass.usda.gov>

Informaciones sobre las indicaciones geográficas

http://www.sice.oas.org/Trade/nafta_s/Indice1.asp (TLCAN)
<http://www.wipo.int/portal/index.html.es>
<http://www.origin-gi.com/>
<http://www.impi.gob.mx>
<http://www.mexicocampoadentro.org/index.php>
<http://www.prorigen.com/inicio.php>

Empresas productores de quesos (grandes)

<http://www.quesoscaperucita.com/>
<http://www.lyncott.com.mx/index.htm>
<http://www.sigma-alimentos.com/>
<http://www.chen.com.mx/>
<http://www.chilchota.com/>
<http://www.larisuena.com/>
<http://www.esmeralda.com.mx/>
<http://www.cuadritos.com.mx/>
<http://www.kraftfoodscompany.com/home/index.aspx>
<http://www.kerrygroup.com/>

CEDELE AC: <http://www.cedele.com.mx>

Reportajes videos, consultable en "You Tube":

- <http://www.youtube.com/watch?v=CRNILTn03vE&feature=related>
- <http://www.youtube.com/watch?v=o7qC5LjWs0w>
- <http://www.youtube.com/watch?v=1e3Yy1gn67Q&feature=related> (proyecto Gran Alianza)

Video sobre los quesos “buenos Vs. malos”:

http://www.cofepris.gob.mx/wb/cfp/compra_quesos

Presentación del queso Cotija en el sitio “México Campo Adentro”:

http://www.mexicocampoadentro.org/quesos_cotija.php Consultado el 12/03/2008.

Presentación de las marcas colectivas “Región de Origen” de productos de Michoacán:

<http://www.marcasmichoacanas.com.mx/politica-publica.php>. Consultado el 02/12/2009.

Artículos Wikipédia:

http://es.wikipedia.org/wiki/Queso_Cotija

http://en.wikipedia.org/wiki/Cotija_cheese

Sitio internet de la marca colectiva del queso Bola de Ocosingo:

<http://www.desarrolloemp.com/quesobola/>. Consultado el 01/01/2011.

Documentos de trabajo del COFOCALEC (proyectos de normas, minutas de reuniones).