

Serie "Reportes de Investigación"

Queso Cotija: Denominación de origen o denominación genérica

Thomas Poméon
François Boucher
Fernando Cervantes Escoto

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA CHAPINGO

Centro de Investigaciones Económicas, Sociales y Tecnológicas
de la Agroindustria y la Agricultura Mundial (CIESTAAM)

Agosto, 2009

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA CHAPINGO
CENTRO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS, SOCIALES
Y TECNOLÓGICAS DE LA AGROINDUSTRIA Y LA AGRICULTURA MUNDIAL
(CIESTAAM)

DIRECTORIO DE LA UACH

Dr. Aureliano Peña Lomelí
RECTOR
Dr. Marcos Portillo Vázquez
DIRECTOR GENERAL ACADÉMICO
Dr. Héctor Lozoya Saldaña
DIRECTOR GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
M.I. Martín Soto Escobar
DIRECTOR GENERAL DE DIFUSIÓN CULTURAL Y SERVICIO
Dr. Jesús Ma. Garza López
DIRECTOR GENERAL DE ADMINISTRACIÓN
M.C. Ignacio Miranda Velázquez
DIRECTOR GENERAL DE PATRONATO UNIVERSITARIO
Dr. J. Reyes Altamirano Cárdenas
DIRECTOR DEL CIESTAAM
M.C. Ofelia Hernández Ordoñez
SUBDIRECTORA DE DIFUSIÓN CULTURAL Y SERVICIO-DGDCyS

**QUESO COTIJA:
DENOMINACIÓN DE ORIGEN O DENOMINACIÓN GENÉRICA**

Thomas Poméon¹
François Boucher²
Fernando Cervantes Escoto³

Comité Editorial
J. Reyes Altamirano Cárdenas
Ignacio Covarrubias Gutiérrez
Manrubbio Muñoz Rodríguez
Jorge G. Ocampo Ledesma

Primera edición en español, 27 de agosto de 2009

ISBN: 978-607-12-0067-9

© Universidad Autónoma Chapingo
km. 38.5 Carretera México-Texcoco, C.P. 56230, Chapingo, Edo. de México.
Centro de Investigaciones Económicas, Sociales y Tecnológicas
de la Agroindustria y la Agricultura Mundial (CIESTAAM)
www.chapingo.mx/ciestaam/

Derechos reservados conforme a la ley.
Impreso y hecho en México.

¹ CNEARC, Montpellier, Francia; tompom13@yahoo.com

² Investigador del CIRAD-TERA, Montpellier, Francia; francois.boucher@cirad.fr

³ Profesor-Investigador del Doctorado en Problemas Económico-Agroindustriales, CIESTAAM,
Universidad Autónoma Chapingo, México; lacteos04@gmail.com

**QUESO COTIJA:
DENOMINACIÓN DE ORIGEN
O DENOMINACIÓN GENÉRICA**

QUESO COTIJA: DENOMINACIÓN DE ORIGEN O DENOMINACIÓN GENÉRICA

Thomas Poméon
François Boucher
Fernando Cervantes Escoto



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA CHAPINGO
Centro de Investigaciones Económicas, Sociales
y Tecnológicas de la Agroindustria y la Agricultura Mundial
(CIESTAAM)



ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| Introducción | 9 |
| 1. La protección de las indicaciones geográficas en México | 10 |
| 1.1 Marco legal | 10 |
| 1.2 Confusión en la implementación y uso de las indicaciones geográficas en México | 12 |
| 2. El queso Cotija: un producto anclado en el territorio y la historia de los rancheros | 14 |
| 2.1 De la colonización a los mercados queseros modernos: historia del queso Cotija | 14 |
| 2.2 El queso Cotija: una relación estrecha entre un producto, un territorio y una sociedad | 16 |
| 2.3 La denominación de origen, un instrumento para el desarrollo territorial de la Sierra de Jalmich | 19 |
| 3. El queso Cotija, ¿denominación de origen o denominación genérica? | 20 |
| 3.1 El queso <i>tipo Cotija</i> , historia de una usurpación | 20 |
| 3.2 La legitimación de la usurpación por el rechazo de la denominación de origen | 22 |
| 3.3 Consecuencias del proceso de calificación y del rechazo de la DO | 24 |
| Conclusión | 26 |
| Bibliografía | 28 |

Introducción

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/u otras características. Según el país, varios instrumentos legales han sido elaborados para regular el uso de la IG: denominación de origen, indicación geográfica protegida, marca colectiva, marca de certificación, etcétera.

Se estudió el impacto de las IG desde varios enfoques, entre ellos el de Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL) (Fournier, 2007). Los SIAL se basan en la articulación entre una cadena productiva y un territorio. En la orientación de la economía territorial y de los enfoques de distritos industriales, clústeres o sistemas productivos localizados se analiza el anclaje territorial de una producción, las proximidades entre actores y las diferentes dinámicas que eso genera. Boucher (2004) concibe la activación de un SIAL como la movilización colectiva de recursos territoriales. Varios estudios sobre SIAL destacan los procesos de calificación como modo de activación del territorio (Fournier, 2007; Boucher, 2004; Correa *et al.*, 2004). La calificación territorial remite a la incorporación en un producto de un conjunto de recursos territoriales que definen su calidad y su carácter único. Esos recursos pueden ser materiales o inmateriales y son asociados al grupo humano local. Dentro de esos recursos, los saberes técnicos y relacionales constituyen el eje central del anclaje en el lugar, puesto que definen los modos de apropiación y las condiciones de movilización de los diferentes recursos durante la producción, transformación y comercialización de un producto (Linck, 2006). En este sentido, los recursos territoriales forman un sistema y constituyen el patrimonio¹ del grupo local, que puede ser valorizado y protegido a través de un proceso de calificación.

Un proceso de calificación implica la definición colectiva de modalidades de producción y el establecimiento de reglas y procedimientos de control. Las indicaciones geográficas constituyen una forma de procesos de calificación; pueden generar una renta territorial, vinculada a la construcción de un monopolio colectivo (Linck, 2005), o sea que la producción de un bien dado está reservada a un grupo localizado, bajo ciertas condiciones. Esa situación permite obtener un sobreprecio para los productos que se benefician de una IG, por su carácter original y único.

Belleti *et al.* (2005) y Lence *et al.* (2006), entre otros, destacan los beneficios vinculados con la atribución de una IG, en particular para el desarrollo territorial. Esos beneficios llamaron la atención de actores del desarrollo rural en América Latina. Sin embargo, los estudios que mencionamos se enfocan a casos europeos donde las IG están ya bien implantadas. Por lo tanto, la problemática del establecimiento de una IG en México será el eje central de este artículo.

¹ Se entiende aquí el patrimonio como un bien colectivo complejo, formado por los recursos territoriales y asociado a un grupo dado (Linck, 2006).

México reconoció el concepto de Denominación de Origen (DO) en 1966. Podríamos entonces pensar que esa figura ha sido bien asimilada por el sector público y privado mexicano. Sin embargo, sólo 12 DO han sido registradas en México, frente a las centenas que registró la Unión Europea; además, esta figura sigue siendo poco conocida en el país.

Un queso tradicional de México, el queso Cotija, ha sido objeto de un proceso de calificación desde 1999 y cuya meta es el reconocimiento de una DO. Se trataba a la vez de asegurar la protección comercial del queso Cotija frente a la competencia y usurpación del queso *tipo Cotija*, y promover a través de un signo oficial de calidad el desarrollo integral del área de producción. Un anclaje territorial marcado hizo pensar a los promotores del proyecto que este reconocimiento era legítimo y se haría sin problema. Sin embargo, el organismo público encargado de la gestión de las DO, el IMPI (Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial), se opuso en 2004 al otorgamiento de esa DO. Fundamentó su rechazo afirmando que “queso Cotija” sería una denominación genérica. Consideró que la protección del queso Cotija de la Sierra de Jalmich no se justifica debido a que no es la zona exclusiva de producción. Legítima de esa manera la producción de queso *tipo Cotija* frente a la producción de queso Cotija. Este caso pone de relieve los problemas y contradicciones en el uso de las DO en México. En primer lugar, el marco legal e institucional es indefinido e incompleto en cuanto a sus objetivos y procedimientos. Es por lo tanto difícil que los productores movilicen esa herramienta para la protección de productos tradicionales. Por otra parte, el reconocimiento de una DO plantea el problema de su legitimidad para excluir, y el de carácter genérico o no de una denominación. Eso es lo que se pretende analizar en este artículo a partir del caso del queso Cotija. Se utiliza información obtenida de la literatura y entrevistas con los actores relacionados con la producción de queso Cotija y en su proceso de calificación, así como con los productores de queso *tipo Cotija*.

En primer lugar se analizarán las características del marco legal de las IG en México; luego se presenta el queso Cotija, su área de producción y los actores implicados en su elaboración y en el proceso de obtención de la DO para el queso Cotija. Posteriormente, el interés se enfocará en el proceso de adulteración y usurpación que ha caracterizado el desarrollo del queso *tipo Cotija*. Esos elementos alimentarán el debate sobre el carácter genérico o no de la denominación Cotija y lo que está en juego alrededor de ese debate.

1. La protección de las indicaciones geográficas en México

1.1 Marco legal

México, como firmante del Arreglo de Lisboa, reconoce el concepto de denominación de origen, más estricto que el de la indicación geográfica en cuanto al vínculo entre un producto y su origen geográfico; se define como “*la denominación geográfica de un país, una región o de una localidad que sirve para designar un producto originario del mis-*

mo y cuya calidad o características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos”. La primera DO mexicana se otorgó en 1974 a un destilado de agave azul, el Tequila. Sin embargo, hubo que esperar 20 años para que la Ley de Propiedad Industrial, promulgada en 1994, definiera el marco legal de las DO en México, sus condiciones de uso y de protección. La ley retoma la definición de las DO dada en el Arreglo de Lisboa. Prevé que el Estado sea el titular de las DO y que el IMPI se encargue de su gestión. La protección de una DO excluye su uso para productores de fuera de la zona y/o que no respetan las especificaciones del decreto. Esta exclusión considera también el uso de la denominación acompañado de términos tales como “tipo”, “imitación”, etcétera.

Las normas oficiales mexicanas (NOM) definen las características de procesos, productos o servicios y son de observancia obligatoria (Suárez-Rodríguez, 2008). Elaboradas y manejadas por la Secretaría de Economía u otras entidades federales son consideradas dentro de la Ley de Propiedad Industrial como un instrumento complementario (pero no explícitamente obligatorio, o sea que puede existir una DO sin NOM) para reglamentar el uso de una DO (condiciones de producción, características de los productos, etiquetado, etc.). En este caso, la declaración de protección de una DO se refiere a una NOM específica del producto, en la cual se estipulan las condiciones que se deben cumplir para el uso de la DO. Así, existe una NOM para el Tequila desde 1994, y 7 de las otras 11 DO también cuentan con una norma. El IMPI prevé que un Consejo Regulador² se encargue de verificar el cumplimiento de la NOM y de certificar a los productores. 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 se menciona en la Ley de Propiedad Industrial, sino que se trata de un medio promovido por el IMPI para paliar la inexistencia de procedimientos, organismos y reglas de control en esa ley.

En la Ley de Propiedad Industrial de 1994 se define el concepto de marca colectiva (MC), también a cargo del IMPI (atribución y registro). 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 se acompaña de reglas de uso elaboradas por el grupo al solicitarla. La determinación de reglas para la producción y procedimientos de control y certificación depende, por lo tanto, de la voluntad del grupo titular, definir las (o no...) dentro de las reglas de uso. Aunque no se hace mención al origen de un producto en esa definición, el IMPI considera la MC como un instrumento adecuado para la protección de una IG al estar basada en la constitución de un grupo de productores locales, titular colectivo de la MC. En este sentido, Granados (2004) afirma que la MC está “*destinada a distinguir el origen o cualquier otra característica común de productos, que han sido producidos o fabrica-*

² Se retomó la terminología de las organizaciones encargadas de las DO en España. Sin embargo, se trata en México de un simple organismo de certificación, cuya única obligación es ser acreditado por el Estado como certificador para la o las NOM correspondientes. No está, por lo tanto, enfocado a mejorar la administración de una DO, hacer campañas de promoción, etcétera.

dos por un grupo de personas en una localidad, región o país". Sin embargo, el uso de MC como IG es bastante ambiguo por la situación legal del uso de nombres de lugares. En efecto, la Ley de Propiedad Industrial de 1994 prevé que no será posible registrar como marca, individual o colectiva, los elementos siguientes (artículo 90 de la ley):

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 seguimos 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. Parece entonces paradójico que desde hace varios años el IMPI incite a los productores a usar las MC como IG. Les propone, en general, registrar una MC, sin hacer mención al origen, y completar las etiquetas de sus productos con una indicación de procedencia, no protegida. Esa procedencia puede ser eventualmente obligatoria dentro de las reglas de uso de la MC. En el caso del queso Cotija, al igual que para otros productos, 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 particular, que permite destacar el origen del producto, pero sin que el uso del término "Cotija" sea reservado y protegido legalmente. Así, un queso que no tiene derecho de usar la MC puede indicar libremente en sus productos "queso *tipo Cotija*" o, incluso, "queso Cotija".

La ley define las DO y MC, y las condiciones que se deben cumplir para utilizarlas; sin embargo, es poco clara en cuanto a los procedimientos para evaluar una solicitud y para su control y gestión. Por su parte, el uso de las MC como formas de protección de una IG constituye una práctica mal estructurada, con muchas contradicciones e imprecisiones.

1.2 Confusión en la implementación y uso de las indicaciones geográficas en México

Si la DO está claramente definida a partir de las referencias internacionales, los instrumentos para su regulación siguen siendo bastante imprecisos. El vacío no es solamente legislativo (existen pocos artículos en la Ley de Propiedad Industrial), sino también administrativo. El IMPI tiene muchas funciones y el asunto de las DO es secundario.

El análisis de las solicitudes de DO y de las declaraciones de protección o modificación hacen 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 son a menudo limitados: descripciones superficiales sobre características de los productos y procesos de producción, y análisis aun más superficiales sobre cómo esas características y prácticas se anclan en el territorio (por lo general se

trata sólo de geografía física). Algunas declaraciones, por ejemplo, para el ámbar de Chiapas (IMPI, 2000), se reducen 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*” (es decir, tres 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 al IMPI a concluir que el área delimitada previamente, al ser muy heterogénea, se encuentra entre “el montón” de zonas con condiciones similares a las que se hallan en la región que solicita la ampliación... y por lo tanto está validada.

La delimitación de las áreas de denominación es a menudo cuestionable: la delimitación para la producción de Tequila incluye espacios muy diferentes, incluso zonas donde el agave azul nunca ha sido cultivado y probablemente nunca lo será (zonas urbanas, costa Pacífico, etc.). El hecho de que las solicitudes de DO provienen a menudo de gobiernos estatales puede explicar en parte esa situación. Su objetivo es meramente político: la obtención de una DO constituye para el estado un argumento a favor del gobierno que la obtuvo. Por otra parte, 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 de un nombre genérico para un destilado de agave. Equivaldría a la protección de una DO “vino” o “queso”...

El IMPI no dispone de los medios financieros y humanos para realizar un verdadero peritaje, interno o externo, y atender correctamente las solicitudes de DO. Además, en particular para los productos alimentarios tradicionales y campesinos, no existen “expertos oficiales”, organismos o instituciones para analizar las solicitudes de DO. La ley aconseja también apoyarse en normas oficiales. Pero se trata nada más de desplazar 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 (1994) y define el queso como un producto obtenido a partir de leche pasteurizada y homogeneizada... referencia difícilmente aplicable para un queso elaborado con leche cruda en los ranchos ganaderos, como el queso Cotija. Por último, la definición del pliego de condiciones puede hacerse en la declaración de protección de la DO, en una NOM o en los dos. Tenemos entonces una regulación dual, redundante, que jurídicamente puede generar confusión.

Los plazos para analizar las solicitudes de DO y permitir un debate son cortos. Las decisiones se toman a menudo sin 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, sin personal, ni reglas. Frente a esas dificultades, de las cuales tiene conciencia el IMPI, este organismo prefiere, desde hace varios años, orientar a los actores privados o públicos interesados por las DO hacia la opción de la marca colectiva a pesar de que no es la adecuada para la protección de una IG.

El objetivo político que sostiene a las DO en México tampoco es muy claro. Si nos referimos al 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 del cual más adelante veremos la ambigüedad). El desarrollo territorial, la protección de productos tradicionales (y de los sistemas productivos, económicos y socioculturales vinculados) y la biodiversidad no son resaltados por el IMPI, ya que no entran en sus prerrogativas. El IMPI se interesa principalmente en la protección de las DO para las exportaciones mexicanas. En el caso del Tequila, el primer objetivo de la DO es protegerla contra usurpaciones a nivel nacional y, sobre todo, internacional. De hecho, cuando analizamos 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, etc. En cambio, no tocan las cuestiones de los impactos de la DO sobre el desarrollo local o la biodiversidad, para los cuales las constataciones son bastante negativas (Hernández-López, 2007).

Las orientaciones de las políticas públicas que enmarcan las DO y las MC son, “por defecto”, las mismas que las que motivan la regulación comercial basada en marcas. Después de 30 años de existencia las DO siguen siendo marginales en México, pues pocos productores y consumidores conocen sus objetivos y funcionamiento. Sólo dos DO funcionan en la práctica con una NOM y un consejo regulador activo: el Tequila y, en menor grado, el Mezcal. Sin embargo, los diferentes beneficios que conllevaron las DO en algunas regiones europeas motivaron a productores y promotores del desarrollo en México para la obtención de esa protección legal para productos tradicionales, como el queso Cotija de la Sierra de Jalmich.

2. El queso Cotija: un producto anclado en el territorio y la historia de los rancheros

El queso Cotija se produce en los ranchos de la Sierra de Jalmich, en el centro occidente de México, únicamente durante los cuatro meses de temporada de lluvia. Los ganaderos lo elaboran a partir de leche cruda de vaca, y se añeja durante tres meses como mínimo. Se caracteriza por su pasta dura (friable) y su sabor pronunciado.

2.1 De la colonización a los mercados queseros modernos: historia del queso Cotija

La sociedad ranchera, como la que puebla la Sierra de Jalmich, encuentra su origen en el movimiento de colonización de México que siguió a la Conquista y en el mestizaje entre poblaciones europeas e indígenas. Este mestizaje se expresa 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.*, 2007). Esos sistemas suponen un uso extensivo de la tierra: después de una cosecha de maíz, la parcela se de-

ja varios años y una nueva área es desbrozada. Se vincula con una población dispersa, en la que cada familia dispone de suficientes tierras. La producción de queso Cotija se vuelve rápidamente una actividad importante en la región, en particular en las zonas más aisladas. Barragán y Chávez (1998) reportan que servía para el pago de los impuestos desde el siglo XVII. Su producción se extendía en ese entonces más allá de la Sierra de Jalmich, en las planicies y zonas menos accidentadas que la rodean. Se elabora en el marco de ranchos dedicados a la producción de novillos. Durante la temporada de lluvia, el excedente de leche es comercializado bajo la forma de quesos madurados. El sistema de ranchos, basado en la pequeña propiedad, ofrece al productor la perspectiva de adquirir el estatuto de propietario, más libre e independiente. Antaño, el queso Cotija era comercializado por los arrieros, comerciantes itinerantes que lo llevaban cada año con mulas a todo el país. Eran en su mayoría oriundos de Cotija, en la periferia de la Sierra de Jalmich, lo que explica porqué se difundió el producto como “Cotija”.

El Cotija tuvo su auge al principio del siglo XX. Según los ancianos, se vivía muy bien del queso en ese entonces. Pero el desarrollo de infraestructura pública, en particular de carreteras, favoreció su progresiva decadencia a partir de la década de 1940. Los sistemas de producción evolucionaron hacia una especialización lechera y de producción de queso. La producción de leche se volvió anual; se introdujeron razas más productivas (tipo Holstein) y criaron de manera semi-intensiva (Baisnée, 1989). La electricidad y el agua permitieron el desarrollo de innovaciones en la producción quesera, las que favorecieron la adulteración del producto³. Otros factores fueron la disminución de la disponibilidad en mano de obra, el cambio en los patrones de la demanda y una mayor integración del mercado nacional. Así, de la producción ranchera y estacional de queso Cotija madurado se pasó a una especialización lechera de los ranchos, junto con el desarrollo de la producción industrial de queso fresco. Sin embargo, esos queseros siguen usando la denominación de “Cotija” para sus productos, que llamaremos como queso “tipo Cotija” para distinguirlos.

Mientras que algunas localidades periféricas (Cotija, San José de Gracia, etc.) se integraron al mercado nacional y conocieron una fuerte evolución de sus sistemas productivos. La Sierra de Jalmich siguió enclavada, sin carretera, electricidad ni agua corriente y la producción del auténtico queso Cotija se mantuvo aislada en esa región. Los arrieros desaparecieron y los productores tuvieron que buscar nuevos circuitos de comercialización. Sin embargo, frente al queso “tipo Cotija”, difícilmente pueden competir (desarrollaremos este aspecto más adelante). Aprovechando su posición dominante en la relación, los comerciantes impusieron a los rancheros precios bajos, similares a los demás quesos (adulterados o no): en la segunda mitad de los años 90, los precios se estabilizaron en unos 30-40 pesos mexicanos/kg.

³ La adulteración de un queso se refiere al uso de insumos distintos a la leche natural: grasa vegetal para sustituir la crema, leche en polvo, caseínas, almidón, etcétera.

A partir de los años 60, la situación se deterioró cada vez más para los rancheros de la Sierra de Jalmich. Se intensificó la emigración⁴ hacia las grandes ciudades del país o a EE.UU. Se creó un círculo vicioso entre la desaparición de la actividad quesera y el despoblamiento. Así, la producción de queso se redujo drásticamente entre 1960 y 1997, intensificándose el proceso a partir de 1985 (Cuadro 1). La Sierra de Jalmich, al final de los 90, sólo contaba con alrededor de 200 rancheros que elaboraban queso Cotija. Eso condujo a Barragán y Chávez (1998) a concluir que, aislado en su último “bastión”, *el queso Cotija se nos va de las manos*.

Cuadro 1. Evolución de la actividad ganadera en los ranchos del Potrero de Herrera (zona de la Sierra de Jalmich), 1960-1997

| | 1960 | 1985 | 1997 |
|---------------------------------|------|------|------|
| Vacas de ordeña | 2500 | 2072 | 1037 |
| Ranchos de ordeña* | 50 | 44 | 35 |
| Producción de queso (toneladas) | 45 | 37 | 15 |

* Se trata de las unidades donde se ordeñan vacas y se elabora queso Cotija.

Fuente: Barragán y Chávez, 1998.

2.2 El queso Cotija: una relación estrecha entre un producto, un territorio y una sociedad

La Sierra de Jalmich es un espacio limítrofe entre los estados de Jalisco y Michoacán, y corresponde al área de producción del queso Cotija (Figura 1), abarca parte de seis municipios. No corresponde a una división política-administrativa, sino a una realidad geográfica, realidad de un territorio que constituye a la vez la cuna y el último santuario del queso Cotija. El área delimitada para la MC está comprendida entre 700 y 1700 msnm. Es una zona montañosa, de transición climática entre la región cálida de Tierra Caliente y el clima más frío del Eje Neovolcánico. Esa situación le confiere características climáticas y pedológicas particulares. La temporada de lluvia se extiende de julio a octubre, con precipitaciones anuales comprendidas entre 900 y 1200 mm. La cobertura vegetal es de tipo selva baja caducifolia. Las lluvias propician un crecimiento vegetativo intenso, que permite la regeneración de la vegetación después de más de seis meses de sequía. La disponibilidad en pastura permite entonces una mejor alimentación de las vacas, que dan una cantidad de leche suficiente para asegurar a la vez la alimentación de sus becerros y la elaboración de queso. El pasto verde y abundante, de buena calidad, permite también producir leche rica en sólidos totales, en particular en grasa. Por otra parte, el clima y la altura ofrecen buenas condiciones para la maduración del queso.

⁴ Sin embargo, la emigración no es un proceso nuevo en la Sierra, al contrario, siempre existió. Pero desde hace varias décadas este proceso se intensificó para acercarse a un proceso de despoblamiento.

Figura 1. Zona de producción del queso Cotija, según está definida por las Reglas de Uso de la marca colectiva queso “Cotija región de origen”



Nota: La parte colorida en verde y marrón indica el área de producción delimitada.
Fuente: Colmich, 2003.

Más allá de las condiciones naturales, los factores humanos y el anclaje histórico del queso Cotija en su territorio resultan importantes para entender las implicaciones alrededor de su producción en la Sierra de Jalmich.

Sin desarrollar la cuestión del anclaje territorial del queso Cotija se presentan los principales elementos que le dan sentido. Por ser un queso elaborado por los mismos ganaderos, la producción de Cotija está fuertemente vinculada al sistema de crianza, tanto al nivel técnico como organizacional. No se puede entonces pensar en el anclaje territorial del queso Cotija sin analizar el manejo global de los ranchos. Así, la complementariedad entre cultivo itinerante del maíz, un ganado orientado principalmente por la producción de novillos y la producción de queso es fundamental en el sistema de producción rancharo de la Sierra de Jalmich (Barragán *et al.*, 2007).

Los saberes técnicos desarrollados por los rancheros corresponden a un modo de gestión del espacio y de los recursos que permiten enfrentar el aislamiento relativo (malas vías de comunicación, carencia de electricidad) y las limitaciones en recursos (forraje, agua, etc.). La composición genética del hato ilustra esa capacidad de adaptación de los ganaderos. Con la cruce empírica de diversas razas (criollo, cebú 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 vendidos a engordadores y producción de una leche en pequeña cantidad (3-6 L/día/vaca, en lluvias) pero rica en grasa y proteína (a lo que también contribuye el tipo de alimentación) (Chombo, 2005). Esos saberes técnicos son articulados por saberes relacionales: organización del trabajo (en particular con la mediería), solidaridad familiar, redes con los migrantes, relaciones con los comerciantes. Así, la mediería⁵ constituye una puerta de acceso a la propiedad, permitiendo acumular progresivamente un capital bajo la forma de cabezas de ganado. Genera también para el propietario un excedente de maíz y, sobre todo, un espacio forrajero más grande, para un hato más importante

Los ganaderos movilizan saber-hacer queseros familiares, construidos y transmitidos desde hace varias generaciones, para elaborar un queso de larga duración con un mínimo de infraestructura, equipo e insumos: sólo usan leche, sal y cuajo. No agregan cultivos lácticos, dejando que se desarrolle la flora bacteriana nativa. Pero además de los saberes técnicos y relacionales incorporados en el queso Cotija, éste tiene un alto valor simbólico: es un producto de la sociedad ranchera con todas sus representaciones, mitos y valores; participa también en las dinámicas de reconocimiento social de los rancheros. Esos valores y representaciones fundan la unidad y la particularidad de la sociedad ranchera. Entre ellos podemos destacar la autonomía e independencia del ranchero, el valor del trabajo, la solidaridad (familiar), el espíritu de “colono”, siempre listo para emprender “nuevas aventuras”, y diversas formas de manifestación cultural (música ranchera, gastronomía, etc.), reconocidas como de las mayores expresiones de la mexicanidad. También la ganadería es uno de los grandes rasgos de la sociedad ranchera y la calidad tanto del ganado como del queso tiene importancia para el orgullo y reconocimiento social del ranchero.

Gracias a sus diferentes saberes, los ganaderos lograron una valorización sostenible de un espacio difícil. Elaboraron un sistema basado en la autosuficiencia y la reproducción de los recursos locales para poder asumir su autonomía. Los diferentes recursos territoriales incorporados al queso califican al Cotija y marcan su carácter único. El sistema de crianza genera una leche de calidad, un producto específico, y no genérico. Los saber hacer queseros, la microflora local y la maduración hacen el resto. 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, que se solicitó la protección de una DO para el queso Cotija de la Sierra de Jalmich.

⁵ La mediería o aparcería es un contrato entre el propietario de un medio de producción y otra persona. En la Sierra de Jalmich puede concernir al cultivo de maíz y/o el cuidado y la ordeña del ganado bovino. Las modalidades de repartición de los aportes y ganancias cambian según los casos.

2.3 La denominación de origen, un instrumento para el desarrollo territorial de la Sierra de Jalmich

Frente a la constatación de la disminución progresiva de la producción del queso Cotija y el despoblamiento de la Sierra de Jalmich, se vincularon las iniciativas de algunos investigadores, quienes iniciaron un proyecto en 1999 que se conoció como el proyecto de “Potencialización del patrimonio cultural en la Sierra de Jalmich. Hacia una denominación de origen para el queso Cotija”. Un miembro del gobierno municipal de Cotija se integró al proyecto y consiguió el apoyo del Ayuntamiento para organizar, en el año 2000, la primera “Feria del queso Cotija”. Esos tres actores fueron fundamentales para la realización del proyecto y para acompañar y asesorar a los productores en las gestiones que tuvieron que hacer.

Las primeras acciones se enfocaron a involucrar a los productores y mejorar los conocimientos sobre el producto, el territorio y sus actores. Se desarrolló también un trabajo sobre los aspectos de calidad. Se formaron grupos vecinales antes de la creación, en octubre del 2001, de la Asociación Regional de Productores de Queso Cotija (ARPQC), que reunió a 93 productores en 2008. Por necesidad de un nivel de organización más transversal se fundó, a principios de 2003, la Asociación Civil Pro Sierra de Jalmich (PSJ), cuyo objetivo central era coordinar las acciones de diferentes actores para la obtención de la DO y de diversos apoyos (técnicos, financieros, comerciales, políticos, asesoría). Esta asociación, la PSJ, acompañó de manera estrecha a la ARPQC, debido a que los rancheros tenían muy poca experiencia en el manejo de proyectos colectivos, en la obtención de apoyos públicos y en la búsqueda de signos de calidad. Es en este contexto multidimensional y transversal que empezó el proceso de obtención de una DO ante el IMPI en el 2002.

Frente a la solicitud de una DO para el queso Cotija, el IMPI no supo muy bien que hacer: era la primera vez que tal solicitud se hacía para un producto alimenticio artesanal. Aconsejó a la ARPQC que registrara una marca colectiva, 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”. El IMPI se negó a registrar la denominación geográfica “Cotija” como marca. Propuso registrar la MC “Cotija Región de Origen”, una clase de “chapuza” legal que permitía usar la palabra Cotija sin reservar la exclusividad de su uso. Siguió una serie de diferentes problemas y lentitudes administrativas. La oficina regional del IMPI sostuvo el proyecto de MC pero a nivel central, donde se toman las decisiones, el apoyo parece menos evidente. Así, hubo que esperar más de año y medio, en lugar de los seis meses previstos por la ley, para que la MC fuera finalmente registrada el 22 de febrero del 2005. El apoyo político de las autoridades estatales, especialmente las del estado de Michoacán, resultó muy importante para su obtención.

Pero la MC es un objetivo intermedio, previo al reconocimiento de una DO. De hecho, las reglas de uso de la MC se construyeron según el modelo de un pliego de condiciones de DO, destacando la voluntad de volver reglas las tradiciones de los rancheros. El 20 de abril del 2004, mientras seguía en proceso la evaluación de la MC por

el IMPI, la solicitud de protección de la DO era entregada por la PSJ. La solicitud se completó según la ley de 1994: denominación, descripción del área de producción y del producto, anclaje territorial, historia, etcétera.

Otra vez diversos problemas burocráticos se presentaron. La argumentación y las acciones del IMPI no son siempre muy claras, lo que sugiere mala voluntad de la institución o desconcierto frente a una situación que desconoce y que no cabe en su ámbito habitual. Al contrario de lo que prevé la ley, la publicación de la solicitud, a pesar de estar completa, no se hace; ningún debate público se realizó. La respuesta negativa del IMPI es transmitida a la PSJ el 22 de noviembre del 2004. El IMPI argumenta la falta de organización de los productores (a pesar que en otros casos no se mostró tan exigente...). Pero el principal argumento dado por el IMPI es que considera “queso Cotija” como una denominación genérica. Es esa decisión la que se analizará a continuación.

3. El queso Cotija, ¿denominación de origen o denominación genérica?

3.1 El queso *tipo Cotija*, historia de una usurpación

La difusión de la producción de queso *tipo Cotija*, imitación inspirada por el queso Cotija, se articula alrededor de dos dinámicas. En un primer momento hemos visto que diferentes factores han llevado a la transformación de los sistemas productivos en la región alrededor de la Sierra de Jalmich. Se intensifica la producción de leche y se genera un flujo constante de producción y de comercialización de queso a bajos precios. 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. Una mayor cantidad de sal compensó la supresión de la maduración y el aumento de los problemas de conservación del queso durante su transporte y comercialización que trajo esa supresión. La intensificación de la competencia, sin regulación oficial sobre la calidad, llevó al desarrollo de los quesos adulterados desde los años 50: descremado total de la leche y agregando grasa vegetal, uso de leche en polvo, caseínas, colorantes, conservadores, etc. El resultado fue la producción de quesos muy salados y con un sabor diferente a los elaborados con leche; en el caso de los productos más adulterados, los “quesos” son a la vez insípidos y muy salados, con una textura plástica. Pero esos quesos han estado usando la denominación Cotija.

El fuerte desarrollo de la industria quesera en la periferia de la Sierra (en las ciudades de Cotija, San José de Gracia, etc.) agotó la oferta local de leche. En los años 50-60, varios queseros se fueron a probar fortuna a otras regiones del país, en particular a la costa de Chiapas, Veracruz y Tabasco, conocidos por una disponibilidad importante de leche de calidad a bajo precio. Así se instalaron los que los chiapanecos llaman los “Cotijeros”. El queso *tipo Cotija* producido en Chiapas se destina al mercado nacional. Se trata también de un queso fresco, muy salado, o sea de un producto diferente del queso Cotija original. Como lo señala un quesero chiapaneco, “el queso *tipo Cotija* es

uno de los que aguanta más las adulteraciones”, es decir que se puede adulterar de muchas formas diferentes... Este queso es un producto importante para los queseros de Chiapas, especialmente para los más grandes (más de 2000L de leche procesados cada día).

El término “queso *tipo Cotija*” engloba un conjunto de productos muy diversos, cuyo único denominador común es la forma y el tamaño de las piezas (Figura 2). La forma de producción artesanal o industrial⁶, y la adulteración o no del queso, etc., generan grandes diferencias de aspecto, sabor y textura. Esas diferencias se asocian con variaciones en los modos de consumo.

Figura 2. De izquierda a derecha: un queso *tipo Cotija* (artesanal), un queso Cotija, y un queso *tipo Cotija* (industrial)



A la hora de comprar, el consumidor no dispone de mucha información: faltan etiquetas, indicaciones sobre productos y modos de producción. Sólo los productos comercializados en supermercados tienen sistemáticamente una etiqueta (que de hecho no es siempre veraz; cf. sitio Internet de la PROFECO, Procuraduría Federal del Consumidor). Ahora bien, generalmente los quesos se venden en tianguis y pequeñas tiendas, de manera informal. Sólo algunos conocedores tienen acceso a la información sobre el producto y los procesos de producción, y pueden entonces realmente elegir. En esas condiciones, el mercado no valoriza siempre las diferencias cualitativas entre quesos (composición, maduración etc.). En esas circunstancias es difícil vender un queso más caro a raíz de la reivindicación de su calidad: los productos de imitación, o incluso adulterados, más baratos, son favorecidos en esas condiciones. Y aunque el queso se venda, a menudo bajo la denominación de “tipo Cotija”, la confusión es común y el nombre queso Cotija designa para mucha gente el queso *tipo Cotija*. Sin embargo, las prácticas de los comerciantes en los pueblos alrededor de la Sierra de Jalmich muestran también que se trata de dos productos diferentes: venden de manera separada y con precios diferentes el Cotija y el *tipo Cotija* (a pesar de que durante mucho tiempo se comercializaron al mismo precio).

⁶ La distinción que hacemos aquí entre queso *tipo Cotija* artesanal e industrial consiste en la escala y los procesos de producción (equipos, prácticas, etc.).

Privado de acceso al mercado nacional con la desaparición de los arrieros, aislados en la Sierra, el queso Cotija auténtico sólo se mantuvo en un mercado local y regional, pero tuvo que alinearse con las tendencias de precios impuestos por el mercado nacional. No pudo resistir el fenómeno de usurpación de la denominación Cotija por un queso totalmente diferente, pero cuyo lugar ha venido creciendo en el mercado a partir de los años 60. La producción de queso *tipo Cotija* ocultó al queso Cotija. Es difícil estimar los volúmenes totales de *tipo Cotija* producidos (faltan estudios y estadísticas). Sin embargo, si hacemos una estimación baja, evaluamos la producción anual en 1,000 toneladas de queso *tipo Cotija* sólo en San José de Gracia. En Chiapas, de 16 queserías entrevistadas (o sea una minoría), la producción anual se eleva a unas 2,000 toneladas. Si tenemos cuidado con esas cifras, por ser estimaciones empíricas, muestran bien el desfase entre la producción de *tipo Cotija* y de Cotija (y eso sin tomar en cuenta la producción de otras localidades y estados...). Con una producción total estimada a 300-400 toneladas (contra 1000/1,200 toneladas en 1960), los rancheros de la Sierra de Jalmich han sido marginados del mercado y despojados de la denominación de su queso, por un producto “desnaturalizado” o incluso adulterado. Los productores de *tipo Cotija* han usado el nombre para lanzarse al mercado y marginar luego al “modelo original”, quitándolo del mercado. Es frente a esa usurpación que los productores de la Sierra de Jalmich quisieron reapropiarse de su queso a través de una DO.

3.2 La legitimación de la usurpación por el rechazo de la denominación de origen

Para la protección de una DO, una de las primeras preguntas que se plantea es sobre el carácter genérico o no de la denominación. De hecho las DO no pueden atribuirse a un nombre genérico; se especifica ese punto en la reglamentación europea. El IMPI aplica la misma restricción, a pesar de que no se ha explicitado en la ley de la Propiedad Industrial o en otro texto legal mexicano. Pero ¿cómo diferenciar una denominación genérica de una denominación de origen? El problema que nos preocupa aquí es saber si la denominación queso Cotija se puede considerar como genérica o no.

En Europa, el debate sobre el carácter genérico de una denominación quesera se planteó para varios casos: Camembert, Feta, Parmigiano, Emmental, etc. Los criterios evocados para evaluar ese carácter pueden basarse en varias fuentes: opinión de los productores, las legislaciones y reglamentaciones nacionales, acuerdos bilaterales o multilaterales, Codex Alimentarius, características del mercado y del consumo (Dimou, 2002). Esos criterios pueden ser entonces de índole jurídica, económica, histórica, cultural, social, científica o técnica. Establecer el carácter genérico o no de una denominación es por lo tanto un asunto complejo, que requiere estudios previos, peritaje y la definición de procedimientos y criterios objetivos. Una larga serie de debates y procesos legales en Europa desembocaron en el reconocimiento del carácter no genérico de la denominación Feta (queso tradicional de Grecia). A pesar de que volúmenes importantes de ese queso se producían desde décadas en diferentes países europeos. Sin embargo, el Feta sigue asociado a la evocación de un queso griego, su anclaje territorial es históricamente comprobado y el Feta griego es diferente del que se produce en otros

países (tipo de leche, proceso, etc.). La Unión Europea decidió entonces proteger esa DO, prohibiendo a los queseros de otros países europeos el uso del término Feta. El caso del Feta tiene muchas similitudes con el Cotija: un proceso antiguo de usurpación por un producto muy diferente pero elaborado en volúmenes mayores al original, comercializado en una zona más amplia. Sin embargo, el Feta obtuvo una protección, el queso Cotija no...

La decisión final sobre el carácter genérico de una denominación puede depender de orientaciones políticas, las cuales pueden 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 y no legitimaron un uso genérico (Dimou, 2002). La lealtad de las transacciones comerciales es un criterio jurídico movilizad para justificar la protección o no de denominaciones geográficas. Sin embargo, para la Unión Europea, no es el único. Está asociado a otros criterios vinculados con el tema del desarrollo rural, siendo las DO reconocidas como una herramienta para el desarrollo territorial dentro de la Política Agrícola Común. A pesar de la necesidad de ser prudente en cuanto al desfase que puede existir entre la justificación oficial de una política y la realidad de su aplicación, la tendencia parece privilegiar la denominación de origen más que sostener una visión industrial y desterritorializada de los productos tradicionales. La DO constituye entonces una alternativa para la sobrevivencia de ciertos tipos de productores, especialmente en las zonas marginadas. En ese sentido, la atribución de un monopolio colectivo a través de la protección de una DO puede tener un fuerte contenido político (Linck, 2005).

El IMPI justificó su decisión de no atribuir una DO al queso Cotija por el carácter genérico de su denominación. Debió existir un debate sobre este tema puesto que el queso *tipo Cotija* marginó al queso Cotija original. Sin embargo, el debate no se dio: no hubo peritaje, estudios o análisis, ni justificación oficial. El IMPI afirma que los consumidores ya no vinculan el queso con la región de Cotija y que por lo tanto la DO no existe (o “preexiste”) y no puede ser protegida. Ese argumento es ambiguo: ¿de que consumidor estamos hablando? ¿Dónde vive? ¿Qué edad tiene? ¿Qué sabe de quesos? ¿Cuál sería su elección si tuviera toda la información sobre los diferentes productos?, etc. Es difícil decir lo que piensa el consumidor, además, sin hacer estudios... Por otra parte, jurídicamente (e incluso éticamente), ¿se puede volver ley lo que piensa o se imagina que piensa el consumidor? ¿No sería el papel del Estado, como regulador del mercado y de la sociedad, informar y educar al consumidor, más que volver reglas sus representaciones (además supuestas)? Ello implica tener voluntad política para avanzar en esa dirección, la cual parece no existir en el caso de México.

La solicitud para la DO queso Cotija se basa en el reconocimiento de una producción y comercialización *seculares* y *continuas*. El anclaje territorial del queso Cotija de la Sierra de Jalmich, es consistente, ininterrumpido y demostrado. Se expresa en el producto y se plasma en un pliego de condiciones (reglas de uso de la MC) que garantizan ese anclaje y un uso leal de la denominación “Cotija región de origen”. Parece que la cuestión del carácter genérico de la denominación quesera “Cotija” no es tan simple como lo estimó el IMPI y que su decisión podría (y debería) ser discutida. No queremos

tampoco prejuzgar el carácter no genérico de la denominación Cotija. Si al final el IMPI mantiene su posición, existen alternativas que se podrían proponer, como la denominación compuesta (como los casos de Camembert de Normandie, Brie de Meaux, etc.). A condición de realmente abrir el debate...

Más allá del tema jurídico, también se plantea un conflicto de índole política. La atribución de una DO Cotija excluiría el uso de la palabra “Cotija”, incluso acompañada de menciones como “tipo” para todos los quesos producidos fuera de la Sierra de Jalmich y/o que no respetaran el pliego de condiciones. Eso afectaría a los productores de queso *tipo Cotija*, en particular los que venden sus productos empacados y con etiqueta (no sería tanto problema para los que no usan etiqueta). Es difícil saber en qué medida el IMPI ha interactuado con productores de queso *tipo Cotija*, puesto que la evaluación de la solicitud de DO se hizo de manera informal, sin debate público. Algunos queseros de Chiapas indicaron que se habían enterado de la solicitud de los productores de la Sierra de Jalmich. Sin embargo dijeron que no reaccionaron, reconociendo esa zona como la cuna del queso Cotija (pero no entendieron que la protección de tal DO les prohibiría el uso del término “Cotija”). Por su parte las autoridades del estado de Chiapas se opusieron a la atribución de esa DO. Lo que es seguro, es que el IMPI, mediante su decisión, tomó partido por el queso *tipo Cotija* frente a la producción tradicional ranchera de queso Cotija. Esa decisión podría parecer bastante coherente en cuanto a su misión: regular la competencia y minimizar la exclusión comercial. La DO, como monopolio colectivo, genera exclusión, efectivamente. Pero hay que recordar que el mercado también lo hace: puede favorecer la marginación de ciertos productores (y sistemas productivos). La DO se erige entonces como una alternativa frente a la exclusión del mercado, que plantea problemas que van más allá de la eficiencia en la asignación de los factores de producción. Afecta el ordenamiento del territorio, el desarrollo socioeconómico de regiones enteras, el medio ambiente, etc. Es desde este punto de vista que el tema de las DO trasciende la cuestión de la regulación comercial.

3.3 Consecuencias del proceso de calificación y del rechazo de la DO

El proyecto centrado en la obtención de una DO Cotija permitió la obtención de una MC y el reconocimiento y la valorización de este queso, de su valor tanto organoléptico como sociocultural. El reconocimiento se dio en varios niveles: con los consumidores, las autoridades políticas y los profesionales (v.g. con el premio de mejor queso extranjero ganado en el 2006 en un concurso internacional en Italia). El desarrollo de la venta directa (en particular del mercado nostálgico con los migrantes) y el reconocimiento en sus diferentes dimensiones tuvieron un efecto positivo sobre los precios. Los productores se remotivaron y han tenido nuevas aspiraciones. Esa nueva postura les ayudó a cambiar de actitud frente a los compradores, reduciendo la asimetría en la relación. Entre 1997 y 2007, los precios se duplicaron, mientras que los de otros quesos, como el *tipo Cotija*, aumentaron en menor medida. Otro éxito ha sido la puesta en marcha de acciones colectivas y de coordinación entre los productores, pero también a nivel transversal, al lograr conseguir diferentes apoyos. El proceso de calificación permitió la reapropiación por los rancheros de su patrimonio colectivo: tomaron conciencia de ese

patrimonio, de los diferentes retos y problemáticas que lo rodean y de la necesidad de actuar para su preservación, especialmente de manera colectiva.

A pesar de que la DO no garantice el éxito comercial (y menos en un país donde este concepto es poco conocido o desvirtuado), puede consolidar el proceso de desarrollo territorial estableciendo una base segura a partir de la cual se articulan diferentes acciones para los rancheros de la Sierra de Jalmich. Es un elemento motor, un impulsor. Lo atestiguan los impactos positivos directos e indirectos del proyecto de obtención de la DO. Además, aseguraría la protección comercial del queso Cotija frente a las usurpaciones, al contrario de una MC.

La MC es un sello de calidad otorgado por una institución del gobierno federal y, por tanto, puede ayudar a la inserción comercial del queso Cotija. Pero no es estable y no protege del riesgo de desterritorialización y de desconstrucción patrimonial. No va en el sentido del refuerzo de la integración producto-actores-territorio. La ARPQC puede hacer lo que se le antoje con la MC..., o sea que puede tomar una nueva orientación y modificar las reglas en sentido contrario al anclaje territorial. Además la fortaleza de la asociación es poca todavía, ya que debe consolidarse primero a un nivel de liderazgo y de las capacidades de gestión y organización de los productores socios. Los desafíos son ya numerosos (a pesar de que la MC apenas se empieza a usar). Las autoridades del estado de Jalisco propusieron financiar una quesería colectiva; sin darse cuenta que eso significaba más el fin del queso Cotija que su valorización⁷... El caso del proyecto de exportación de queso nos enseña otro aspecto del riesgo de tener una simple MC en lugar de una DO. En este caso, el importador estadounidense exige la exclusividad de la marca colectiva para varios años... Si las posibilidades de exportar pueden constituir un mercado interesante, es claro que la exclusividad de la MC pudiera tener consecuencias negativas. Los productores no siempre tienen la experiencia suficiente para manejar una situación de este tipo y procurar no tomar senderos que a mediano plazo podrían traer más problemas que beneficios. La ventaja de una DO es que no puede ser apropiada por un grupo y volverse un bien de club. ¿Y que pasará si la ARPQC se disuelve? ¿O si el IMPI se niega a renovar la MC en el 2015? Es evidente que la MC no es una figura conveniente para proteger una IG y los elementos que implica.

El queso Cotija es un pionero para el reconocimiento y la protección de productos alimentarios tradicionales mexicanos y podría abrir la vía para muchos productos. Mientras que la PROFECO constata a menudo el uso desleal del término queso para productos adulterados, de mala calidad, el queso Cotija de la Sierra de Jalmich propone una alternativa al consumidor. Se trata de realmente darle la oportunidad de elegir y proporcionarle la información necesaria para su elección.

⁷ Una quesería colectiva implicaría transportar la leche desde los ranchos, generando nuevos problemas de calidad sanitaria. También llevaría a la especialización de los productores en leche. Y por lo tanto, una modificación de los sistemas de producción y del producto. Además, para la Sierra de Jalmich esa especialización lechera no es viable y, al contrario, existe el riesgo de acentuar los problemas actuales (bajos ingresos, éxodo rural, etc.).

Es una lástima que los políticos no aprovechen el caso para abrir un debate más amplio sobre las orientaciones técnicas en la producción alimentaria en México y las consecuencias que implica a todos los niveles. Se trataría de privilegiar una construcción de los modos de certificación y valorización de los productos alimentarios tradicionales mexicanos por la práctica, por el campo, más que una construcción solamente jurídica y administrativa, a menudo distante de la realidad y por lo tanto generadora de contradicciones. Sin embargo, a pesar de la diligencia de la ARPQC y de la PSJ para seguir los procedimientos necesarios a la obtención de una DO (elaboración de una norma específica, etc.), una falta de comprensión y de diálogo caracterizó sus relaciones con la administración, particularmente con el IMPI.

Conclusión

El proceso de calificación del queso Cotija ha generado una dinámica de desarrollo territorial multidimensional. Constituye un elemento motor alrededor del cual se articula la activación colectiva del SIAL de la Sierra de Jalmich. Va hacia el refuerzo de la integración entre un producto y un territorio. Sin embargo, su movilización para reactivar el desarrollo se ha confrontado a una serie de problemas, en particular en cuanto al marco legal y administrativo de las DO en México.

¿Por qué tan pocos esfuerzos en México sobre las DO, mientras que muchos países, en particular en América Latina, muestran mayor voluntad en la definición de la DO, su orientación y el desarrollo de un aparato administrativo adaptado? ¿Sería otra vez la aplicación del proverbio mexicano “tan lejos de Dios, y tan cerca de Estados Unidos”? Este país tiene de hecho una fuerte influencia sobre las orientaciones políticas y comerciales de México. El principal mercado para México es, con mucho, Estados Unidos, que no reconoce las DO y propone protegerlas a través de marcas de certificación. El IMPI piensa, por lo tanto, que es preferible seguir las reglas del poderoso vecino; olvidando que el principal mercado para los productos alimentarios mexicanos no es otro que México... y existe un potencial para esos productos tradicionales dentro del mercado interno, que justifica el refuerzo del marco legal. A través de este caso mexicano, se nota también la falta de un vínculo explícito entre desarrollo territorial y la DO en la política de propiedad industrial. Las DO mexicanas son a menudo mal definidas y delimitadas, por lo que un producto con fuerte anclaje territorial como el queso Cotija, no logra obtener una protección de DO.

Uno de los problemas fundamentales del marco legal y administrativo de las DO en México es que no se sabe exactamente cuál es su objetivo. Y sin objetivo, sin rumbo, es difícil decir quién puede pretender una DO y quién no, y establecer las instituciones necesarias. El gobierno mexicano ha tenido tendencia a copiar textos internacionales, sin establecer el aparato legal, administrativo y jurídico necesario. Es importante que México establezca su propio sistema para la protección de productos tradicionales, según sus propios objetivos, capacidades y contexto (conjugando sus esfuerzos con otros países del continente involucrados en la misma dinámica). De hecho, la protección y la

valorización de productos como el queso Cotija podrían hacerse a través de otras figuras, otros sellos de calidad; por ejemplo, si la marca colectiva se usara como una IG, entonces habría que adaptar su reglamentación para tal uso.

En los hechos, las DO están casi ausentes de México. No fueron parte del debate público y político. Podemos explicarlo como consecuencia de la orientación de los gobiernos mexicanos en términos de desarrollo: favorecer las industrias agroalimentarias de gran escala, asociadas a una agricultura intensiva y a un mercado liberalizado. Sin embargo, parece que el caso del queso Cotija está generando una dinámica alternativa. Lo atestigua el interés de varios estados por valorizar su patrimonio alimentario, a través de la obtención de marcas colectivas y denominaciones de origen. Lo atestigua también el punto de acuerdo⁸ emitido por el Senado en abril de 2008, a partir del cual podemos esperar la generación de un verdadero debate sobre el tema. Se trata de avanzar poco a poco y sobre todo de darse los medios para alcanzar ese objetivo.

⁸ Declaración del poder legislativo que plantea un problema y solicita trabajos y análisis para delimitar y solucionarlo. El Senado es una de las dos cámaras legislativas de la federación mexicana.

Bibliografía

- 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 p.
- Arreglo de Lisboa sobre la protección de denominaciones de origen y su registro nacional. http://www.wipo.int/lisbon/fr/legal_texts/lisbon_agreement.htm#P52_4938
- Baisnée P., F. 1989. *De vacas y rancheros*, Ed. CEMCA. 186 p.
- Barragán López, E. y Chávez Torres, M. 1998. El queso Cotija se nos va de las manos. In: Oikión, V (Coord.) *Manufacturas de Michoacán*. México. El Colegio de Michoacán/Gobierno del Estado.
- Barragán López, E.; Chávez Torres, M. y Linck, T. 2007. Choix technique et patrimonialisation: les enjeux de la qualification du fromage Cotija. A publier. 22 p.
- Belleti, G.; Marescotti, A.; Hauwuy, A. y Paus, M. 2005. Evolution des effets locaux des AOP-IGP: développement rural, organisations sociales et vie des territoires. Colloque international "Produits d'origine: enjeux et acquis scientifiques", INRA-INAO, Paris, 17-18/11/2005.
- 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. C3ED, Thèse de doctorat en Sciences Economiques, Université de Versailles, St-Quentin-en-Yvelines.
- Chombo Morales, 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.
- Correa Gómez, 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. Dic. 2004. 20 p.
- 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 p.
- Fournier, S. 2007. Les indications géographiques: une voie de pérennisation des processus d'action collective au sein des SYAL? A publier.
- Granados R., L. 2004. Indicaciones geográficas y denominaciones de origen. Un aporte para su implementación en Costa Rica. IICA-PRODAR-MAG-CNP.105 p.
- 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 Méxi-

- co. Experiencias de procesos de patrimonialización de productos tradicionales”. Guadalajara, México, 11-12/10/2007.
- IMPI. 2000. Declaratoria general de protección de la denominación de origen Ámbar de Chiapas. D.O.F. 15/11/2000.
http://www.impi.gob.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=145&Itemid=206
- IMPI. 2003. Modificación a la declaración general de protección de la denominación de origen Mezcal. D.O.F. 3/3/2003.
http://www.impi.gob.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=134&Itemid=206
- IMPI. 2006. Guía de usuarios de signos distintivos. 48 p.
- Jiménez Macías, C. 2008. Punto de acuerdo relativo a la protección de los productos mexicanos, a través de la denominación de origen.
http://www.pri.senado.gob.mx/index.php?ido=4&opc=2&senador=Sen.%20Jim%C3%83%C2%A9nez%20Mac%C3%83%C2%ADas%20%20Carlos&obj_id=9894&tabla_id=Punto%20de%20Acuerdo
- Lence, S.; Murette, S.; Hayes, D.J., and Foster, W. 2006. Collective Marketing Arrangements for Geographically Differentiated Agricultural Products: Welfare Impacts and Policy Implications. MATRIC Working Paper 06-MWP 9. Mayo 2006.
- Ley de Propiedad Industrial de 1994. Estados Unidos Mexicanos.
http://www.impi.gob.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=98&Itemid=206
- Linck, T. 2005. Los elementos no materiales del patrimonio rural. In: E. Barragán (ed.), *Gente de campo. Patrimonios y dinámicas rurales en México*. Zamora, El Colegio de Michoacán. pp. 577-580.
- Linck, T. 2006. “La economía y la política en la apropiación de los territorios.” *ALASRU. Análisis Latinoamericano del medio rural* 3: 251-286.
- Secretaría de Salud. 1996. Bienes y servicios. Quesos: frescos, madurados y procesados. Especificaciones sanitarias., Secretaría de Salud. NOM-121-SSA1-1994: 10 p.
- Sitio internet de la PROFECO: www.profeco.gob.mx/
- Suárez Rodríguez, F., 2008. Esquema de evaluación de la conformidad. Secretaría de Economía, México, enero de 2008.

El Centro de Investigaciones Económicas, Sociales y Tecnológicas de la Agroindustria y la Agricultura Mundial (CIESTAAM) es un centro de investigación y posgrado, con sede en la Universidad Autónoma Chapingo, México, donde, desde 1990, se estudian problemas económicos, sociales y tecnológicos de la agroindustria y la agricultura mundial, y se generan y difunden conocimientos, todo lo cual se realiza a través del trabajo interdisciplinario, con una visión integral, crítica y propositiva, priorizando las necesidades de la sociedad rural y los intereses de los grupos mayoritarios.

INFORMACIÓN Y VENTAS:

Universidad Autónoma Chapingo
Área de Publicaciones del CIESTAAM
Carretera México-Texcoco km 38.5, C.P. 56230 Chapingo, Edo. de México
Teléfono/Fax: 01(595)952-1500 ext. 5483
E-mail: publiciestaam@correo.chapingo.mx; <http://www.chapingo.mx/ciestaam/>

Sistema de pago para envíos foráneos

1. Enviar su orden de pedido indicando las publicaciones que desea adquirir.
2. Realizar un depósito en cualquier sucursal del Banco Santander-Serfin, S.A. a la cuenta CIESTAAM-UACH 65502075687, Suc. 5682, Texcoco, por la cantidad total del monto de su compra, más el costo del envío.
3. Hacer llegar –vía fax– copia de la ficha de depósito a la atención del Área de Distribución y Venta de Publicaciones del CIESTAAM.
4. A vuelta de correo, según el tipo de mensajería que elija, recibirá su pedido.

QUESO COTIJA:

DENOMINACIÓN DE ORIGEN O DENOMINACIÓN GENÉRICA

Edición del Área de Publicaciones del CIESTAAM a cargo de Gloria Villa H.
Corrección de estilo, formación y diseño de interiores: Gloria Villa H. y Ma. del Refugio Meraz A.

Diseño de portada: Lucía Santos

Se terminó de imprimir el 11 de septiembre de 2009
en los talleres de Compu-impres, Isabel la Católica No. 631-3,
Col. Alamos, Deleg. Benito Juárez, México, D.F. C.P. 03400

En interiores se utilizó papel bond ahuesado de 89 gr.

tipo de impresión: Offset

Tiraje: 300 ejemplares

Otras publicaciones del CUESTAAM

Libros

- Recursos naturales, insumos y servicios para el agro mexicano, Col. Sistemas Agroindustriales en México, tomo I
- Competitividad del frijol de México en el contexto de libre comercio
- Los quesos mexicanos genuinos
- ¿Por qué estudiar las cuencas lecheras mexicanas?
- Innovación: Motor de la competitividad agroalimentaria. Políticas y estrategias para que en México ocurra
- Planeación de proyectos de gestión de la innovación
- Identificación de actores clave para la gestión de la innovación: el uso de redes sociales
- Análisis de la dinámica de innovación en cadenas agroalimentarias
- Selección de actores a entrevistar para analizar la dinámica de innovación bajo el enfoque de redes
- Agrónomos. Maestros e investigadores del campo mexicano
- México orgánico
- La alegría de vivir: *Las luchas campesinas de Ramón Danzós Palomino*
- Agricultura orgánica de México
- Agricultura, Apicultura y Ganadería Orgánicas de México - 2005
- El desarrollo en la encrucijada: ¿sustentabilidad, para quién?
- La perversión del capital y el sentido del cambio

Reportes de Investigación

- Aspectos generales de la inocuidad agroalimentaria. Segunda parte. Reporte 85
- Aspectos generales de la inocuidad agroalimentaria. Primera parte. Reporte 84
- Más supermercados y menos Estado ¿Dónde quedan los pequeños productores de leche? Reporte 83
- Periodo de transición y políticas públicas: El caso de la liberalización del mercado de la leche en México en el marco del TLCAN. Reporte 82
- Nuevo instrumento de política agrícola para México: La ecocondicionalidad para un desarrollo sustentable. Reporte 81
- Situación del maíz y la tortilla. Reporte 80
- Análisis de tres evaluaciones oficiales de ASERCA del Programa de Pagos Directos (PROCAMPO) a la agricultura mexicana. Reporte 79
- Producción, comercialización e industrialización del xoconostle en la región de las Pirámides, estado de México. Reporte 78
- Riesgos económicos de la apertura a transgénicos en el mercado de maíz en México: una aproximación teórica. Reporte 77

Folletos de divulgación

- Los sujetos tecnológicos y la región: El territorio tecnológico. Revista Ciencia, Tecnología, Sociedad, núm. 3
- Paradigmas tecnológicos, sujetos tecnológicos. Revista Ciencia, Tecnología, Sociedad, núm. 2
- Los modelos tecnológicos. Revista Ciencia, Tecnología, Sociedad, núm. 1

