

El derecho a ostentar la denominación de origen: las disputas por la hegemonía en el mercado agroalimentario mundial

Guadalupe Rodríguez Gómez

Las mercancías agroalimentarias que cuentan con el reconocimiento mundial de la denominación de origen (DO) objetivan la compleja interconexión entre procesos de inclusión y exclusión de productores, regiones y países. Este ensayo es una revisión de las dinámicas históricas de construcción de las DO. Captura el entretnejimiento dialéctico de los procesos materiales, culturales y de poder que informan y conforman el valor comercial y simbólico de éstas. Ilustra el papel que los Estados desempeñan en la incorporación de sus productos con DO al mercado global y muestra cómo la soberanía de los mismos parece quebrarse al ser las instancias de negociación comercial multilaterales las que legitiman las DO.

► 171

Agricultural foodstuffs bearing the international recognition of Denomination of Origin (DO) are the object of complex interconnection between the inclusion and exclusion processes of producers, regions and countries. This essay revises the historical dynamics of construction pertaining to DOs. It captures the dialectical intertwining of material, cultural and power processes which inform and make up their commercial and symbolic value. It illustrates the role that States play in the incorporation of their DO products into the global market and shows how their sovereignty seems to shatter for it is multilateral instances of commercial negotiation which legitimate DOs.

GUADALUPE RODRÍGUEZ GÓMEZ: CIESAS.

Desacatos, núm. 15-16, otoño-invierno 2004, pp. 171-196.

* Esta investigación fue posible gracias a la beca que me otorgó el Programa de Estudios Agrarios de la Universidad de Yale como Visiting Research Fellow (septiembre 2002-mayo 2003), al apoyo que dicho programa me extendió el verano 2003 como *Visiting Fellow* y al apoyo financiero de la dirección general del CIESAS (septiembre-diciembre 2002). Quisiera expresar mi agradecimiento al sustento que el estudio recibió de parte del equipo a cargo de los archivos que resguardan los documentos de gobierno de Estados Unidos y aquellos de la Unión Europea de la MUDD Library de la Universidad de Yale (enero-agosto 2003).

Los procesos de construcción de la denominación de origen para bienes agroalimentarios y artesanales (DO)¹ han adquirido una especial importancia en el actual concierto mundial. Las resignificaciones de mercancías que ostentan DO se expresan y reconfiguran en las pugnas culturales y de poder entre países, así como entre grupos de productores en el interior de los Estados nacionales. Estas dinámicas de negociación, confrontación y acomodo se dan como resultado de la defensa o búsqueda del derecho a la exclusividad que acompaña a las DO. Se dan también como parte de las tecnologías de poder que mueven distintos actores con el fin de lograr la apropiación del valor agregado que conlleva dicha distinción de especificidad de origen —material, histórico y cultural.

En el presente ensayo me ocupo del estudio de la interconexión entre la elaboración, comercialización, circulación y el consumo de bienes agroalimentarios que ostentan DO. Concibo los bienes con DO como formas materiales de intercambio que, al ser dotadas con prestigio y valor simbólico derivados de su especificidad de origen y autenticidad, objetivan un plus económico significativo para quienes las producen. Mi aportación es la contextualización y la reconstrucción histórica de la relación entre estos procesos de construcción de las DO y las pugnas por el control hegemónico del mercado global. En el tratamiento de estas luchas comerciales privilegio el abordaje de las dimensiones socioculturales y de poder que informan y dan forma a los procesos de construcción de DO.

En la primera parte de este ensayo presento algunas de las nuevas perspectivas que caracterizan a los procesos



Calendario Coriac 1998 / Foto: Guadalupe Vargas. Cortesía de Coriac.

de construcción de las DO. Al hacerlo, ilustro las formas en las que éstas son el resultado de la creciente injerencia de arenas multilaterales en dichos procesos. Muestro también cómo las DO se han convertido en una nueva arista de las disputas por la hegemonía en el mercado agroalimentario mundial, en particular en lo que se refiere a la “guerra” por los subsidios a la agricultura. Mi propuesta de investigación es que estos espacios supraestatales de negociación comercial no logran romper con la desigualdad inherente, ni con las prácticas de exclusión que caracterizan a los procesos de legitimación de DO. En estos espacios se reproduce, por ello, el acceso históricamente inequitativo al valor agregado que se deriva de la DO.

En la segunda sección examino las maneras en las que las dinámicas de construcción de las DO en la arena global se conjugan con defensas locales. Al hacerlo, abordo las implicaciones de la inclusión y exclusión de produc-

¹ El artículo 2 del Acuerdo de Lisboa define la denominación de origen como “la denominación geográfica de un país, de una región o de una localidad que sirve para designar un producto originario del mismo y cuya calidad o características se deban exclusivamente o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos” (Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional, 1979 [1958]: 1). El mismo artículo define el país de origen como “aquel cuyo nombre constituye la denominación de origen que ha dado al producto su notoriedad o bien aquel en el cual está situada la región o la localidad cuyo nombre constituye la denominación de origen que da al producto su notoriedad” (*ibid.*).

tores, regiones y países que conllevan los procesos de DO. Tejo, paralelamente, el argumento que sustenta la discusión del presente ensayo.

En el tercero y cuarto apartados trazo la emergencia histórica de las denominaciones de origen. Como parte de este ejercicio, ilustro las formas sobre las que se construyó la legitimidad de los bienes con DO en el interior del primer Estado que otorgó una denominación de origen: Francia. Con esto abordo las luchas de poder que se dieron entre distintos grupos por la delimitación de la geografía de origen y, con ello, del derecho (o no) a la inclusión en dicha construcción. Analizo, así, las dinámicas de los procesos de DO a la luz de los distintos actores involucrados en dichos procesos, los cuales sitúo en sus correspondientes campos de poder y en su relación con el Estado. A renglón seguido, ilustro cómo es que lograr el reconocimiento mundial de una DO constituye una importante defensa de determinados sectores de productores en el Estado que logra dicho reconocimiento. En esta sección, y en las dos que le siguen, reconstruyo las formas por medio de las cuales la construcción de las DO escapa del monopolio europeo. Examino cómo las DO arriban a las arenas multilaterales de negociación comercial. Muestro las dinámicas a través de las cuales las primeras, al desempeñarse en los espacios supraestatales y materializar la globalización, abren nuevas ventanas de oportunidad para productores y países, otros que los europeos, cuyas mercancías distintivas y con calidad estaban restringidas a la circulación doméstica. Por ello, estos productores y sus respectivos países estaban prácticamente excluidos del plus económico y del prestigio que ostentan las DO en los circuitos globales.

Cierro al retomar la propuesta analítica inicial en relación con la pertinencia del estudio de las denominaciones de origen en la era global. Hago un llamado a la necesidad de que se realicen estudios de los procesos de DO en tanto forma poco explorada de generación de conocimiento. Llevo a cabo, a la par, un llamado a la revisión de los apoyos que deberían canalizarse al rescate y fortalecimiento de la pequeña agricultura y de los saberes y quehaceres propios en beneficio de los grupos de nacionales inmersos en estos procesos de construcción de la denominación de origen (DO).

Las denominaciones de origen en la OMC: Pugnas de poder por la hegemonía del mercado agropecuario mundial

La discusión multilateral sobre la protección de las denominaciones de origen de productos agropecuarios era un tópico que diferenciaría a la V Reunión Ministerial de la Organización Mundial del Comercio (OMC).² La excepcionalidad consistía en que se negociaría la elaboración de un registro supraestatal que mejorara la protección de las mercancías con DO. Este nuevo registro de las DO se ampliaría a productos distintos de los vinos y las bebidas espirituosas, los cuales cuentan ya con un sistema de protección internacionalmente reconocido. Esta arena de discusión generaría nuevos mecanismos para resolver el creciente, aunque histórico, problema de la piratería o del apoderamiento ilícito del nombre mismo que enfrentan bienes con DO.³ La importancia de dicho registro radicaba en que, al existir éste, individuos, agroindustrias y países, cuyos productos no cuentan con DO, no podrían apropiarse legalmente de las ganancias económicas y simbólicas que conlleva esta distinción. Estas ganancias, cabe explicar, derivan de la reputación, la autenticidad, el origen y la calidad con las que se distingue a los productos que ostentan DO.

En este campo supraestatal de alianzas y desencuentros se esperaba lograr el reconocimiento de la protección de mercancías europeas con DO más allá del mercado de la Unión Europea (UE). Más significativo era que se presumía que las negociaciones en la V Reunión Ministerial facilitarían la legitimidad de las DO a productos agropecuarios de Estados no europeos. Se buscaba el cierre de los mercados de los países miembros de la OMC al flujo de mercancías que fraudulentamente imitan bienes que cuentan ya con el reconocimiento y la protección de la DO.

Para algunos países miembros de la OMC, como, por ejemplo, Estados Unidos, el temor era que la ampliación

² Esta reunión ministerial, que pretendía ser la continuación de la IV Reunión Ministerial de Doha, se realizó en septiembre de 2003, en Cancún (México).

³ "Commission Launches Website on Applications to Register EU Quality Products" (<http://europa.eu.int>).

y fortalecimiento del sistema de DO vigorizaría el férreo control que los países europeos han ejercido sobre la concesión y legitimación de la DO. Contradictoriamente, también se admitía que la hegemonía europea había empezado a debilitarse debido al carácter multilateral que alcanzó la regulación, legalización y sanción del sistema de DO. Cabe recordar que este carácter supraestatal lo adquirieron las DO cuando la OMC decretó como obligatorio su registro y reconocimiento dentro de las fronteras de todos los países de la OMC.⁴

En otro tenor, la importancia alcanzada por las DO en las arenas supraestatales radica en las pugnas que se dan entre los países a favor o en contra de los subsidios de los Estados que sustentan, en formas veladas o abiertas, una parte significativa de los procesos de elaboración de las mercancías con DO. La lucha por traer a negociación multilateral el sistema de las DO “no tiene nada que ver con el proteccionismo”, argumentó el representante de la UE. Por el contrario, señaló, ésta tiene que ver con “formas justas de comercio”.⁵ Quedó pendiente, empero, que definiera lo que los europeos entienden por “comercio justo” en el concierto mundial, donde abundan las voces discordantes de millones de productores de países menos desarrollados. Voces que claman precisamente a favor del “comercio justo,” el cual definen como la distribución más equitativa de apoyos, riesgos, incertidumbres y ganancias para los involucrados en la producción, comercio, distribución y consumo de bienes agroalimentarios.

El agente europeo apartó también de la discusión sobre proteccionismo y DO el hecho de que la UE destina 45 billones de euros a la producción y promoción de mercancías con DO.⁶ Obvió que productores y comercializadores de DO reciben voluminosos subsidios a través de programas para la preservación de la cultura e identidad

local así como para el apoyo a regiones marginadas en las cuales se producen o elaboran mercancías con DO. Éstos son recursos que la UE otorga con el fin de disminuir el abandono del campo y promover el respeto a la biodiversidad.

No es de extrañar, entonces, que fuera la UE, junto con la India y Bulgaria, quienes propusieran la inclusión del sistema de DO en la OMC.⁷ Chile, Nueva Zelanda y Sudáfrica apoyaron la propuesta. La oposición provino de los Estados Unidos, Canadá y Australia. En medio de la pugna por la creación de dicho registro quedaron países como México y otros miembros más del G-21.⁸

Durante la V Ministerial, representantes de las grandes potencias agropecuarias antes citadas sostuvieron reuniones tras bambalinas con representantes de algunos de los países que veían con simpatía la discusión de la DO. En dichos espacios informales de acuerdos y desacuerdos, la presión de países como Estados Unidos se expresó en la prohibición a los representantes del G-21 de que apoyaran el registro de las DO. De lo contrario, amenazaron, impondrían sanciones a su comercio internacional.⁹

No está por demás recordar que en los países desarrollados que se opusieron al registro, como Estados Unidos, se producen y comercializan mercancías que fraudulentamente se apropian y sacan provecho del nombre y de la reputación de sus homólogos protegidos por la DO.¹⁰ En muchos de estos casos, Estados Unidos, al igual que los países que no han logrado aún las DO para sus productos domésticos, normalizan tal apropiación mediante la legitimación en el interior de sus países de patentes y marcas que usurpan el nombre del bien o que se han adueñado ilícitamente del conocimiento local.¹¹

⁴ En el caso de los países desarrollados, éstos tenían que adoptar el sistema de las denominaciones en 1996. Esta obligatoriedad entró en vigor en 2000 para los países en vías de desarrollo.

⁵ “Western Farmers Fear Third-World Challenge to Subsidies”, *The New York Times*, 9 de septiembre de 2003.

⁶ “Commission Launches Website on Applications to Register EU Quality Products” (<http://europa.eu.int>); “Seeks Food-Label Restrictions”, *The Wall Street Journal Europe*, 29, 30 y 31 de agosto de 2003; “TED Case Studies: Basmati” (<http://www.american.edu/projects/mandala/TED/basmati.htm>).

⁷ “GIS, the WTO, and Human Development”, *Trade & Development Monitor*, junio-julio de 2003.

⁸ G-21 es el nombre que sirve para identificar a los 21 países desarrollados y en vías de desarrollo que se han unido para enfrentar las ideas y prácticas de las grandes potencias agropecuarias y el abuso de su ejercicio de poder en el mercado mundial.

⁹ Representante de un país centroamericano participante en la V Ministerial de la OMC (comunicación personal).

¹⁰ “Seeks Food-Label Restrictions”, *The Wall Street Journal Europe*, 29, 30 y 31 de agosto de 2003; “GIS, the WTO, and Human Development”, *Trade & Development Monitor*, junio-julio de 2003.

¹¹ Esto explica, al menos parcialmente, la agresiva lucha que libró Estados Unidos en la Ronda de Uruguay por la inclusión de los derechos

Mediante este ejercicio de legitimación circunscrito a la esfera nacional —esto es, fuera de los márgenes de las arenas formales de protección legal de las DO— estos actores se apropian de formas socioeconómicas y culturales que, habiendo alcanzado el reconocimiento de su distinción, generan jugosas regalías.¹²

Para los europeos la cuestión era simple: la OMC hacía obligatorio el reconocimiento, legitimación y defensa del sistema de las DO más allá de las fronteras de sus países de origen mediante la reconfiguración de las legislaciones nacionales. De esta forma, las adecuaciones de las maquinarias legales de Estados no europeos incluirían la protección de las DO de la UE. La UE, en reciprocidad, contemplaría la posibilidad de reducir los subsidios a la exportación —particularmente los vinculados a las DO. Por su parte, Estados Unidos, al rechazar la creación de un registro multilateral para las DO, proponía reducir en 8 billones de dólares los subsidios que destina a la producción y exportación de bienes agroalimentarios. Esto lo hizo exigiendo que la UE suspendiera los subsidios que sustentan la protección y reproducción de las DO.

La OMC y las DO: Ventanas de oportunidad para la agricultura tradicional en el circuito global

Si bien la discusión sobre la DO para productos agropecuarios formaba parte de la agenda de la V Ministerial de la OMC, destaca el hecho de que no estuviera comprendida en el capítulo agrícola ni en el de comercio. Tampoco fue parte de los temas a debatir sobre derechos de propiedad intelectual vinculados al comercio. Lo anterior llama la atención debido a que el sistema de DO se introdujo a la agenda de la OMC precisamente al haber sido parte constitutiva de la agenda de la Organización Mundial para los Derechos de Propiedad Intelectual de las Naciones Unidas (OMPI),¹³ y, un poco más tarde, del Tratado sobre Aspec-



Década de 1930. Calendario Coriac 2000 / Cortesía de Coriac.

tos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (TRIPS). Resulta un tanto chocante, por ello, que la propuesta para el registro de bienes con DO se llevara a la mesa en el capítulo de misceláneos.

Por sobre estas incongruencias, lo que me interesa apuntar es que se pretendía que el debate sobre las DO en la V Ministerial fuese una de las respuestas a los retos que se habían planteado en la Agenda para el Desarrollo de Doha 2001. En este tenor, es importante aclarar que la formalización de un registro transnacional para las DO de productos agropecuarios y de alimentación así como la ampliación de los bienes a dotarse con dicha distinción y el mejoramiento de su protección prometía nuevas

de propiedad intelectual (principalmente vía patentes) en las arenas multilaterales (véase Stegemann, 2000).

¹² "Seeks Food-Label Restrictions", *The Wall Street Journal Europe*, 29, 30 y 31 de agosto de 2003.

¹³ OMPI (WIPO, por sus siglas en inglés) es una agencia especializada de

las Naciones Unidas que tiene como misión promover la protección de la propiedad intelectual en el mundo (<http://wipo.int/treaties>).



176 ◀

Década de 1970. Calendario Coriac 2000 / Cortesía de Coriac.

ventanas de oportunidad para los productores de estas mercancías en el mercado global. Es más, se esperaba que estas noveles áreas de negociación promoverían formas alternas de concebir el valor comercial de los productos agropecuarios y de la agricultura “tradicional” y a pequeña escala.

En esta línea, conviene recordar que en el concierto multilateral, las DO se refieren al nombre de un país, región o localidad que sea utilizado para identificar a un producto que en él se origine, donde la calidad y las características mismas del producto provienen exclusiva o esencialmente del contexto geográfico, en el cual se incluyen los factores naturales tanto como los humanos (Acuerdo de Lisboa de 1958, artículo 2).¹⁴ En las instancias supraestatales, la DO es un símbolo asignado a los bienes que tienen un origen geográfico específico y poseen

cualidades o fama atribuibles exclusivamente a ese espacio físico y sociocultural. El que un símbolo funcione o no como DO tiene que ver con las leyes nacionales y la percepción del consumidor.¹⁵

La DO es una forma cultural, y no simplemente una figura económica, construida histórica y socialmente. Como tal está siendo reinventada y, por tanto, resignificada en la era global (Rodríguez Gómez, 2003c). Evoca tradiciones y geografías, agricultura a pequeña escala y elaboración artesanal, así como sabores, olores y conocimientos locales y ancestrales que corren el riesgo de ser borrados por la masificación de la producción y del consumo. Estos procesos de construcción de la distinción se informan, a su vez, en pugnas de poder por la definición geográfica, la regulación, la armonización y el control de las mercancías con “nombres propios”. Este tipo de nombre se le

¹⁴ En <http://wcl.American.edu/internationaltrademark/Lisbon.html>

¹⁵ En http://www.wio.org/about-ip/en/geographical_html

suele dar a los productos con DO de acuerdo con lo que se concibe socialmente como su “lugar de origen” o donde estas mercancías se “elaboran tradicionalmente”.

Para productores y consumidores, estos bienes representan lo auténtico. Sin embargo, las DO son un fruto paradójico de la globalización neoliberal, ya que materializan el valor económico global depositado en las culturas locales. De este modo, la DO representa el proceso de apreciar la “producción artesanal” y el “conocimiento tradicional” en términos del mercado. Con ello, las mercancías que ostentan la DO objetivan las prácticas, ideas y valores de la sociedad rural que parecieran estar siendo arrasadas por la “moderna” homogeneización industrial.

Resulta paradójico que los bienes con DO, al ser producidos conforme a los nuevos estándares de calidad transnacional impuestos por la globalización, adquieran una legitimidad renovada. De este modo, las DO son formas culturales de la globalización en las que la homogeneidad y la heterogeneidad —los dos procesos constitutivos de la globalización— se entretienen de manera dialéctica. Simultáneamente, como veremos más adelante, las mercancías con DO materializan la compleja interconexión entre los procesos de inclusión y exclusión de productores, regiones y países.

Las mercancías con DO se identifican con la historia de una región, su geografía, sus cualidades distintivas. Esto se da de forma tal que el consumidor de estos bienes se apropia de las tradiciones y las transforma en un símbolo distintivo de su grupo social. De este modo, como sostiene Roseberry (2002) y nos muestra Rodríguez Gómez (2002, 2003), los patrones de consumo reestructuran las relaciones socioculturales y de poder en el ámbito local y global. Estos patrones a su vez inciden en, y son reconfigurados por, las luchas de poder inherentes al consumo de DO.

A otro nivel, las naciones-Estado apoyan, protegen y legitiman la DO para sus productos distintivos. Simultáneamente, se apropian de ellas y las transforman en símbolos del prestigio nacional que circulan en el mercado (Rodríguez Gómez, 2002a, 2003a, 2003b). Los Estados muestran un interés especial en las mercancías populares y prestigiadas que circulan en los mercados domésticos, intrarregionales y aun globales y les reditúan, de una

forma o de otra, valor simbólico y económico. El Estado las transforma en uno de los elementos constitutivos del discurso nacionalista oficial cabildeando los productos como si fueran únicos de su nación de origen. De esta manera, el consumo de mercancías con DO, en el ámbito doméstico y en el extranjero, se vuelve ejercicio significativo del proceso de formación estatal y del nacionalismo.¹⁶

Hoy por hoy, las DO se han convertido en formas culturales integrales de un contexto cargado de poder local, nacional e internacional altamente institucionalizado. Al mismo tiempo, esta arena dinámica refuerza la importancia que tiene la universalización y estandarización de las mercancías con DO para la formación estatal. En estos nuevos entornos, las luchas por el poder de diferentes países se manifiestan mediante la búsqueda de legitimidad en el mercado mundial para aquellos de sus productos que ya cuentan con valor económico y cultural en sus ámbitos domésticos, derivado éste de su especificidad. Esto es importante ya que el valor de dichos bienes se halla limitado a la circulación interna mientras las instancias multilaterales no les otorgan el reconocimiento legal que conlleva la DO. El plus de su valor le es denegado en otros países, por tanto, al verse reducidas a meras mercancías “genéricas” o “similares”.

El monopolio de un puñado de países europeos sobre el proceso de otorgar la DO ha venido siendo cuestionado, cada vez con más frecuencia y acritud. Estos debates se han dilatado junto con el desarrollo de productos de imitación y las batallas sobre la autenticidad y el prestigio basados en el lugar de origen y la tradición. Estos últimos son inducidos por regiones cuyas mercancías autóctonas no han obtenido una DO. También perdura la lucha sobre el derecho a otorgar DO junto con intentos por parte de las instituciones multilaterales y las naciones-Estados por homogeneizar los estándares de calidad en la producción alimenticia. Buscan la estandarización por el bien del consumidor. Armonizan la distinción, a la par, para construir un discurso basado en la exaltación del particularismo (identidades locales y regionales específicas),

¹⁶ Para una discusión más extensa de este argumento véase Rodríguez Gómez, 2003b.

la riqueza de la diversidad cultural y la importancia de los orígenes antiguos (tradiciones y recursos naturales). Estas complejas construcciones culturales y de poder incluyen nuevas tecnologías para regular y certificar la calidad.¹⁷ Al mismo tiempo, estos procesos terminan vinculados como parte del discurso neoliberal, dado que materializan el reclamo de que un producto sólo puede ser verdaderamente competitivo si lo es en el mercado global.

La reconstrucción histórica de la DO: Competencia material y simbólica

La *appellation d'origine contrôlée* o denominación de origen es una forma cultural histórica. Su construcción está ligada a la producción, distribución, comercialización y demanda de algunos de los bienes más rentables en el mercado europeo:¹⁸ vinos y bebidas alcohólicas. En 1756, un aristócrata portugués trató de esbozar y limitar la región geográfica en la que se producía el vino oporto (Clarke, 2000: 162; Unwin, 2001: 370, 417). Esta demarcación era parte del proceso de construcción de una clasificación jerárquica de las variedades que se mercadeaban en Europa. Estos procesos se vinculaban con las políticas de precios y de impuestos diferenciales cobrados a la producción y comercio de vinos, según las distintas regiones e imperios. La diversidad de estos procesos estaba igualmente relacionada con las diferencias entre los actores que vendían y compraban dichas mercancías. No deja de ser significativo que hayan sido los productores de vino más poderosos quienes insistieran en establecer la región de origen de sus mercancías, con el fin de sacar mayores beneficios de su venta debido al origen del producto (Unwin, 2001: 371).

Es de recordar que comer y beber, desde tiempos inveterados, ha sido una manera de revelar y construir diferencias entre los grupos dominantes y los subalternos

(*ibidem*: 222). El discurso de los primeros acerca de la comida y la bebida así como del gusto de la gente acomodada rural y urbana, se había vuelto más complejo y opulento —incluido el consumo de productos “exóticos”, como el azúcar, el café y los licores (Roché, 2000: 243-248). Curiosamente, la bebida se hallaba aún muy regionalizada. Las excepciones eran los centros urbanos más importantes de la época, como París, Cádiz, Londres y Madrid, donde todos los grupos sociales gozaban del acceso a una gran variedad de vinos (Roché, 2000; Unwin, 2001). Conviene mencionar, empero, que los vinos no sólo eran ya identificados con regiones particulares, sino que también se estaban convirtiendo en símbolos “nacionales” (*i.e.*, el champán en el caso de Francia).

La clasificación de los vinos terminó por basarse en la región de origen y el carácter distintivo del gusto, haciendo la diferencia entre los *grands crus* (los mejores vinos para las clases altas) y los vinos populares (Clarke, 2000: 32, 94; Roché, 2000: 229; Unwin, 2001). La distinción entre estas dos categorías se reflejó en el precio, al tiempo que se sustentó en función del lugar de procedencia del vino (Lachiver en Unwin, 2001: 357).¹⁹ Para mediados del siglo XIX, en Europa los vinos cargados de valor simbólico y material, ligado a la distinción y al poder, eran considerados los de más alta calidad (Maurizio [1932] y Baran [1983] en Roche, 2000: 244; Unwin, 2001). El aumento y diversificación del comercio y el consumo, a la par de la mejora del transporte, contribuyeron a la difusión y legitimación del valor jerárquico de los vinos.

El siglo XIX fue testigo de numerosas luchas de los “auténticos” productores de vino contra los productores y comerciantes que se apropiaban ilegalmente del nombre y, de manera deshonesto, se aprovechaban del prestigio de sus productos. Al hacerlo, dichos actores se embolsaban

¹⁷ La calidad se ha convertido en un elemento cultural clave y una forma “renovada” de poder en la globalización neoliberal (Vatin, 1990; Benko, 1995; Boyer, 1997; Rodríguez Gómez, 1999).

¹⁸ Estos últimos se vinculan con los grupos dominantes que constituyen los Estados, como antes lo hacían con los grupos de poder que conformaban los imperios.

¹⁹ Es importante señalar que esta jerarquía de vinos se emplea hoy en día, aunque en el presente se aduce que descansa básicamente en la “calidad” (Clarke, 2000: 94). En este tenor, resulta significativo recordar que, en el contexto francés, la calidad se entiende en relación con la “autenticidad”. Para los expertos en vino, los dos conceptos se basan en la firme creencia que prevaleció entre los franceses de que “el suelo” así como la variedad de las uvas eran elementos claves para determinar “el carácter y la calidad” de un vino determinado (Clarke, 2000: 32).

ganancias sustanciales. Los elaboradores de vino, conjuntamente con los productores de la vid, apelaron a menudo al Estado para que protegiera los “vinos regionales y de calidad” del fraude y la competencia desleal. Estas batallas, cada vez más frecuentes entre diferentes grupos sociales, y la reducción del vino disponible en el mercado de las grandes urbes de la Europa decimonónica debido a la *phyloxera*, abrió la oportunidad para que poderosos productores de uva y de vino adoptaran una actitud más agresiva al buscar protección del Estado en favor de los privilegios que, según ellos, merecían sus productos. Fue por entonces que la forma cultural *appellation d'origine* emerge como un nuevo nicho del mercado para vinos y bebidas espirituosas procedentes de regiones particulares. Una ilustración de dichos procesos es la DO del champán.

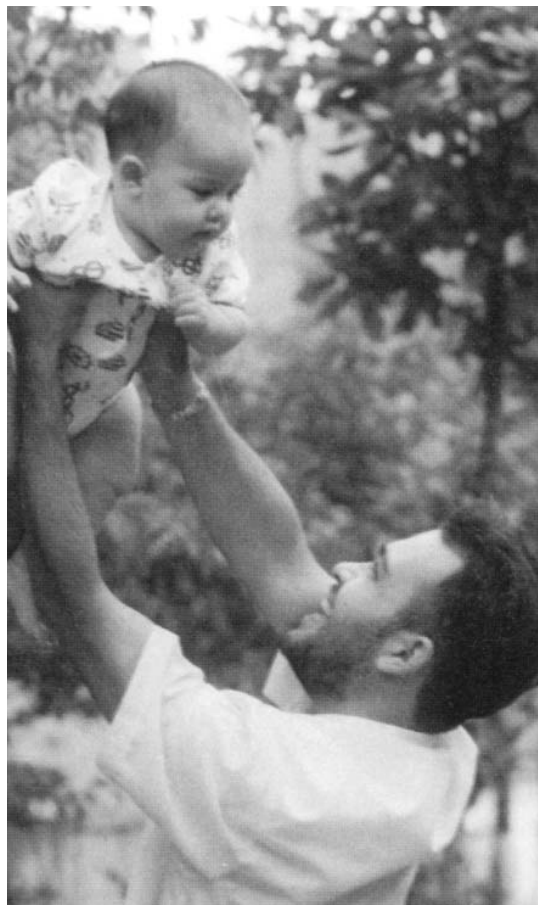
Las primeras luchas por la DO: Inclusión y exclusión en la geografía del champán

Francia tomó la iniciativa en esta nueva búsqueda de nichos especiales de mercado basada en criterios culturales, de calidad y prestigio. El champán fue uno de los primeros productos a los que se otorgó DO. Ésta la recibió del Estado francés en 1892. Un año más tarde, la DO le es ratificada al champán francés por la Convención de Madrid.²⁰ En 1908, los fabricantes de esta bebida espumosa declaran su apoyo a dicha DO, con el fin de proteger su vino denominado *champagne*.²¹ Éste era producto de la cosecha de la vid y la fábrica del vino espumoso llevados a cabo única y exclusivamente en la región de Champagne. La región identificada como “de origen” del champán cubría 18 000 ha. En 1927, se expandió hasta incluir 34 000 ha.²² Champagne incluía las regiones de Chalons-sur-Marne, Reims y Epinay, así como algunas áreas de Aisne (Capus en Unwin, 2001: 481). Fuera de la geografía de esta DO quedó la región de Aube.

²⁰ www.unc.fr/orga_prof/qui_ta_fait_roi.htm

²¹ Actualmente, la DO del champán es la única cuya etiqueta no está obligada a portar una señal o abreviación que mencione que el champán tiene DO (Clarke, 2000: 126).

²² <http://www.champagne.fr/gb/decouverte/aoc-gb.htm>



Década de 1990. Calendario Coriac 2000 / Cortesía de Coriac.

► 179

La primera denominación de origen del champán fue resultado de una pugna llevada a cabo por un organismo profesional constituido tanto de cultivadores de vid como de vinicultores. Ambos grupos sumaron fuerzas para pelear contra la imitación del champán por parte de productores ajenos a la región de Champagne. Pugnaban, simultáneamente, porque el Estado francés decretase la restricción del uso del nombre “champán” y del prestigio que dicho nombre confería a vinos producidos en otras partes. Al mismo tiempo, se materializaron los esfuerzos que dicho organismo interprofesional había venido realizando con el fin de estandarizar los procesos de elaboración y la calidad del champán producido en la región, desde mediados del siglo XIX.



Década de 1920. Calendario Coriac 2000 / Cortesía de Coriac.

Al respecto, cabe aclarar que dichos actores consideraban que la creación de un producto único como el champán no era simplemente cuestión de seguir el conocimiento de las técnicas de fermentación y almacenamiento que se habían desarrollado generación tras generación en la región. Este proceso de construcción de la distinción del champán descansaba, además, en una cuidadosa selección de los insumos para producir dicha bebida así como de las condiciones del suelo, del aire y del clima que se debían observar. Fue por ello que, después de años de selección y acomodados, los productores de Champagne acordaron que serían sólo tres variedades de uva las que podían usarse en la elaboración de este vino espumoso específico.

La DO del champán era, por otra parte, el resultado de una larga negociación entre los miembros del organismo

profesional con el Estado francés para el reconocimiento de la especificidad de su bebida y, por ende, de la protección de ésta en términos de su carácter geográfico distintivo. El organismo profesional de cultivadores de vid y vinicultores solicitó al Estado que protegiera la distinción de su vino por medio de la DO décadas antes de que terminase el siglo XIX. Con el fin de legitimar su reclamación, los miembros del organismo profesional se preguntaban: “En la mente de quienes compran y consumen el vino, ¿evoca y debe evocar el nombre champán el terreno en donde las viñas tienen sus raíces y donde se ubican las cavas? O, al contrario, ¿evoca y debe evocar una técnica exportable de elaboración?” Para ellos, la pregunta pertinente era la primera. Por tanto, en las negociaciones frente al Estado francés estos actores alegaban que el nombre de Champagne debería ser una denominación “de origen” reservada a los vinos que provinieran únicamente del suelo champañés.²³

No obstante, la definición de la región geográfica exacta de Champagne resultó conflictiva. Lo que hoy conocemos como la región de origen del champán se redefinió varias veces antes de que el Estado otorgase la DO. De hecho, en la primera DO, se excluyó Aube de la delimitación formal de la “región de origen”. Esto a pesar de ser una zona donde también se producía champán desde siglos atrás. Y de ser, además, una región que compartía las condiciones de lo que se identificó como la especificidad que el medio, natural y humano, brindaba al champán. Les llevó a los productores de Aube más de dos décadas de negociaciones frente al Estado francés, y en oposición a los productores de vid y elaboradores de esta bebida espumosa cuyo producto ostentaban ya la DO, para lograr que se les incluyera en la DO de Champagne.

La exclusividad de la DO para la región de Champagne conllevaba que dicha región, mas no la de Aube, hubiese obtenido un conjunto estricto de leyes que especificaban, al tiempo que regulaban y por ende protegían, los vinos que en ella se producían. Con este reconocimiento y protección legal, que les otorgó el Estado francés a los vinos espumosos producidos en la región de Champagne,

²³ En http://www.ymc.fr/orga_prof/qui_ta_roi.htm

dichas mercancías se hacían acreedoras al valor simbólico, material y cultural que conllevaba la protección de la DO. No es de extrañar, por tanto, que los reclamos de los productores de Aube se dirigiesen, vía los tribunales, en contra del monopolio de prestigio y valor agregado que las otras partes de la región de Champagne habían logrado gracias a la DO. Productores de vid tanto como elaboradores de champán de la región de Aube lucharon en contra de las medidas adoptadas por el Estado debido a que les denegaba los privilegios inherentes a la DO. Mientras tanto, aunque por la misma razón, los productores de Champagne con DO dieron la batalla contra los comerciantes regionales de champán por introducir una bebida que, aunque ostentaba el nombre de “champán”, era producida en regiones ajenas a la demarcación de la DO.

Finalmente, después de un largo proceso de luchas y negociaciones, el Estado francés terminó por incluir Aube en la región protegida con DO en 1927. Así, la construcción de la geografía de origen del champán ilustra las formas en las que las influencias políticas, económicas y simbólicas se hallan arraigadas y determinadas por la protección ofrecida por la DO. Ésta era, a la sazón, una forma cultural nueva usada para mantener el dominio material, simbólico y de poder de las regiones más influyentes y, claro está, de los grupos sociales vinculados a ellas.

La DO del champán representaba el derecho de exclusividad que el Estado francés dio a los cultivadores de uva y a los productores de vino de Champagne para producir y nombrar a sus vinos ligeros, puros, vibrantes, frescos y espumosos.²⁴ Esta protección de sus vinos tenía que ver con la historia de su elaboración en las comunidades, las ciudades y las tierras;²⁵ con lo que los champañeses definieron como la nobleza del suelo, la pureza de las viñas y “los usos locales, leales y constantes”.²⁶ Las regiones menos favorecidas en términos de poder material y político no correspondieron a esta descripción biológica y cultural de la geografía de origen del champán. Fue así que productores de viñas y elaboradores de champán me-

nos favorecidos materialmente y carentes de poder quedaron fuera de dicho espacio de exclusividad.

El caso del champán ilustra dos puntos importantes. Primero, el derecho ganado a dar su nombre a un vino fue fruto de procesos de negociación y confrontación entre grupos sociales diferenciados y el Estado, en búsqueda de poder material, simbólico y político. Estas formas particulares de poder estaban legitimadas por tecnologías estatales de control y estandarización. Segundo, la DO era un proceso de exclusión e inclusión basado en el monopolio sobre la producción de una “mercancía con nombre propio” y el poder (*i.e.*, el derecho) de definir la región cultural de la que se decía provenía esta mercancía única.

Una nueva dimensión de la certificación legal de la DO: De las luchas entre regiones a las pugnas entre naciones-Estado

A mediados del siglo XX, la denominación de origen se había extendido por Europa. La DO no era ajena a los conflictos entre diferentes naciones-Estados y los observados entre regiones del mismo país. En 1958, Francia protegió la DO del champán de la competencia que le presentaban los vinos espumosos producidos en Cataluña y vendidos en Gran Bretaña como “champán de España”, aduciendo su privilegio histórico al uso exclusivo del nombre dado el prestigio materializado en el champán francés (Unwin, 2001: 424-425). Dos años después, la región de Champagne recuperó el privilegio de ser la única en otorgar su nombre a este tipo de vinos. En consecuencia, los vinos espumosos españoles recibieron el nombre local, cava, para diferenciarlos del producto francés.

En este tenor, cabe señalar que España fue lo suficientemente poderosa para conseguir el reconocimiento legal de la especificidad del cava, así que no se vio obligada a emplear un nombre genérico. Esto ofrece un marcado contraste con Estados Unidos, cuyos vinos espumosos producidos en California no sólo no han podido conseguir una DO, sino que dichos elaboradores se han visto obligados a distinguir sus bebidas simplemente como “vinos espumosos”. Se les escapa, así, el valor simbólico y

²⁴ En <http://www.champagne.fr/origine/histoire.htm>; <http://www.champagne.fr/gb.decouverte/histoire-gb.htm>

²⁵ En <http://www.champagne.fr/origine/aoc.htm>

²⁶ *Ibid.*

material que conlleva el nombrar y vender dicho vino como “champán”. Los productores californianos, al igual que los chilenos, australianos, sudafricanos y neozelandeses han tenido que condescender frente al monopolio de Francia de la DO del champán: reciben un valor mercantil menor que aquel del champán, el cual corresponde al carácter genérico de los vinos espumosos que producen.

Planteo, por lo anterior, que la asignación de una DO, al igual que cualquier otro privilegio, es un ejercicio de poder. Los Estados que pueden manipular mejor su poder material, simbólico o político obtienen el derecho exclusivo a una DO, gracias a que ésta constituye la materialización de una interconexión compleja entre inclusión y exclusión (Rodríguez Gómez, 2002, 2003a, 2003b). Argumento, entonces, que el otorgamiento de una DO no es cuestión del suelo o las uvas, ni de las manos de los hombres y las mujeres que cuidan las uvas o hacen los vinos. Se trata más bien del acceso (o falta de acceso) a un nicho del mercado específico y el prestigio que la DO dota exclusivamente a un producto y no al resto de sus similares. En el caso de la DO del champán, el beneficio lo recibe únicamente el producto francés, el cual es el único que tiene el derecho de ostentar la DO. Al hacerlo, deja fuera de dichas distinciones y del valor agregado a ellas a la cava de España tanto como a los vinos espumosos de Estados Unidos, Chile, Australia, Nueva Zelanda y Sudáfrica, entre otros naciones-Estados (Moran, 1993; Merkis, 2001: 3-4).

Con el objetivo explícito de proteger sus DO de fraude por parte de otros países europeos, el Estado francés, en 1935, aprobó la ley que creó las *appellations d'origine contrôlée* (Moran, 1993; Flores, 2000; Unwin, 2001). Dicha ley sentó las bases para la creación del Comité Nacional de Denominaciones de Origen. En 1935, este comité se convirtió en el Instituto Nacional de Denominaciones de Origen (INAO).²⁷ Esta entidad tenía por objetivo la salvaguarda de los viticultores más conscientes de la calidad, los viñedos, las tradiciones vitivinícolas y las regiones de

origen de los productores carentes de ética que sacaban provecho de las marcas bien conocidas. Reguló y garantizó la calidad del vino de un productor particular y controló el conocimiento y los ingredientes que intervenían en la elaboración de un “producto con nombre propio”. Veinte años después se creó el Comité Nacional de Denominaciones de Origen de los Quesos, el cual perseguía fines similares al INAO en lo que a los quesos se refiere (Bèrard y Marchenay, 1996: 236).

Este proceso de rescatar, resignificando, los productos propios conforme a los principios de la DO, que fue llevado a cabo por el Estado y otros grupos dominantes rurales y urbanos en Francia, no tardó en replicarse en el resto de Europa. En 1963, Italia creó la categoría de *denominazione di origine controllata* con el fin de proteger los vinos italianos sobre la base de la región de origen y la calidad (Harbutt, 1998; Unwin, 2001). En los años 1980, el Estado español creó la categoría legal “denominación de origen”.²⁸ En 1987, cuando Portugal se convirtió en miembro de la Comunidad Económica Europea (CEE), actual Unión Europea, el Estado portugués hubo de revisar su ya constituida *região demarcada* con el fin de evitar confusiones.

Antes de abordar los procesos de construcción de DO de finales del siglo XX, es pertinente recordar que fue en la década de 1970 cuando empezó a crecer el número y a diversificarse el tipo de mercancías con DO. Este proceso se dio, de forma importante, gracias a la consolidación de la CEE. Para esta entidad paneuropea, el derecho a otorgar y reconocer las DO era una cuestión de control tanto como lo era para reducir los conflictos entre las naciones europeas, las cuales evidenciaban marcadas inequidades entre sí. Se trataba de asuntos importantes que la Comunidad trató de abordar de dos maneras. Estableció, en primera instancia, un cuerpo de regulaciones para los vinos que tenían que acatar sin miramientos las doce naciones-

²⁷ Para una descripción de los objetivos y funcionamiento de esta entidad reguladora, véase Institut des Appellations d'Origine (INAO), “Fonctionnement et missions” (<http://www.agriculture.gouv.fr/alim/alim/sign/appe/orole-INAO.html>).

²⁸ Incluso antes de que esta institución fuese ideada, el imperio español otorgó en 1902 la DO al vino de la Rioja. Esta DO fue confirmada en 1926 cuando se creó el Consejo Regulador de la Rioja. En 1970, la maquinaria de poder español aprobó las regulaciones mediante las cuales se había otorgado la DO al Rioja. Por último, el Estado español otorgó la DO Calificada a los vinos de la Rioja (<http://www.riojawine.com/castellano/historia.htm>).

Estados que la constituían.²⁹ Esta reglamentación de productos agroalimentarios fue efectiva ocho años antes de que se pusiera en marcha la Política Agrícola Común (PAC). Segundo, la CEE limitaba la producción de estas mercancías (*i.e.*, vinos y bebidas alcohólicas) en los nuevos miembros menos poderosos, como fueron los casos de España y Portugal.

El reconocimiento y legitimación de nuevas DO, así como la estricta regulación de las DO existentes y el lanzamiento de la misma PAC se constituyeron en noveles tecnologías de poder utilizadas por los Estados agrícolas europeos más poderosos para competir entre sí por el control sobre el mercado agropecuario dentro de la Comunidad. Paradójicamente, la CEE apoyó la construcción de DO para mercancías otras que las que ya ostentaban esta protección en los países de reciente adhesión a la Comunidad Europea. Esto lo llevó a cabo por medio de subsidios que tenían como fin disminuir el éxodo rural y la marginalidad en los países miembros menos desarrollados (Bérard y Marchenay, 1996; Rodríguez Gómez, 2003a).

Fue así que la CEE, primero, y después la UE, desempeñaron un papel clave en la reconfiguración y resignificación de las ruralidades en los Estados miembros. A pesar de estar bajo el halo de la era global neoliberal, la heterogénea ruralidad europea se sustentaba en el rescate de la pequeña agricultura, de los saberes y quehaceres locales, así como en la revalorización de lo propio y en la materialización de las particularidades diversas.

Conviene recordar que la institucionalización de la DO por parte de los diferentes Estados europeos abrió un espacio para que los productores agrícolas, los comerciantes y las agroindustrias construyeran la ruralidad en sus propios términos. Esto fue posible gracias a que estos distintos actores pudieron definir y describir el “carácter único” de sus productos, las especificidades de su producción y transformación, lo distintivo de la región de



Década de 1910. Calendario Coriac 2000 / Foto: Agustín Víctor Casasola, Fototeca INAH, Fondo Casasola. Cortesía de Coriac.

origen de sus mercancías y contribuir a la elaboración del cuerpo regulatorio que debía estandarizar y proteger sus productos del fraude (véase Rodríguez Gómez, 2002a, 2003b). Estos diferentes actores, apoyados por la maquinaria de sus Estados, pudieron reconstruir la ruralidad de otros tiempos que materializan las mercancías con DO. Este ejercicio de poder lo llevaron a cabo los actores antes citados al proclamar su comprensión cultural única de conceptos que difícilmente pueden ser objetivados y medibles, tales como la autenticidad, la tradición, los saberes y quehaceres colectivos, o los hábitos alimenticios locales, el sabor y el olor (Bérard y Marchenay, 1996: 231).

Otros bienes agrícolas no europeos, elaborados mediante procedimientos y materias primas similares a los de las mercancías que ya ostentaban la DO de la UE, te-

²⁹ Regulación del Consejo de la CEE núm. 822/87 sobre la organización común del mercado de vino. Una regulación que, tras varias enmiendas, fue seguida por la Regulación de la Comisión de la CEE núm. 3201/90 en que se aclaraban las reglas detalladas para la descripción y la presentación de vinos y mostos.

nían que ser etiquetados como “genéricos” al momento de entrar al mercado europeo. El valor añadido de estos productos era, por ello, muy inferior al valor conferido por la DO. Por si fuera poco, la autenticidad les era removida en términos simbólicos y prácticos.

La DO era, hasta muy recientemente, una arena monopolizada reservada a la producción de capital simbólico, material y político de la UE. Una ilustración de este monopolio europeo es la declaración de un funcionario chileno respecto a la DO en el contexto de su explicación acerca de los debates entre los países productores de vino del Nuevo Mundo y de Europa. Dicho actor afirmó: “la controversia se centra en las expresiones (*i.e.*, poner a un vino local el nombre de un vino europeo con DO) usadas en Chile y en otros países de América que la UE considera que le pertenecen de manera exclusiva” (Merkis, 2001: 2).

La DO es una forma cultural que permite a los europeos fortalecer su poder sobre la configuración y la di-

námica del mercado global, aun en contra de naciones agrícolas tan poderosas como Estados Unidos y Japón. Es significativo, por tanto, para los europeos mantener un dominio tan exclusivo como sea posible sobre la producción y la legitimidad de las mercancías con DO. El punto medular es entonces saber cómo algunos países no europeos comenzaron a concebir el establecimiento de esta forma específica de protección para aquellos productos agrícolas que parecían con derecho a obtener la DO debido a su “real o putativa” tradición y carácter distintivo por su origen.³⁰

Mercancías no europeas con distinción en el mercado mundial: El inicio de una batalla inacabada en la legitimidad de las DO

La idea de denominación de origen apareció por vez primera en el discurso mundial en la Convención de París de 1883. En este encuentro básicamente comercial, los representantes de 117 países se reunieron con el fin de “constituir una Unión para la Protección de la Propiedad Industrial” (art. 1, sección 1 [UNTS, 1997: 305]). Esta protección industrial se extendía, entre otras cosas, a las “marcas comerciales” y a las “indicaciones de fuente o denominación de origen” (art. 1, sección 2 [UNTS, 1997: 305]).

El documento señala de manera explícita que la etiqueta de “propiedad industrial” debe aplicarse a las “industrias agrícolas y extractivas y a todos los productos manufacturados y naturales” (art. 1, sección 3 [UNTS, 1997: 305]) y no sólo a la industria y al comercio, como usualmente sucedía. Esto explica por qué los vinos y la cerveza se encontraban entre las mercancías que debían ser protegidas por la Convención. La protección se entendía, lite-



Calendario Coriac 1998 / Foto: Luis H. González. Cortesía de Coriac.

³⁰ Es interesante revisar la lista de mercancías de los diferentes países que recientemente han adquirido una DO nacional o transnacional. La lista abarcó los “productos tradicionales”, como vinos, bebidas alcohólicas y quesos que son básicamente productos agrícolas manufacturados. Incluían asimismo jamón, aceite de oliva, café, así como bienes no agrícolas sin procesar, como pescado, artesanía de cerámica, madera y cristal, piedras semipreciosas (http://www.unc.fr/produits_terroirs/specialiteproduits/huitres.htm; http://www.unc.fr/produits_terroirs/specialiteproduits/objects_art.htm).

ralmente, como la “represión de la competencia desleal” (art. 1, sección 1 [UNTS, 1997: 305]).

Es interesante notar que la Convención de París ha sido considerada como el primer acuerdo multilateral que reconoció, legitimó y protegió a las DO.³¹ Sin embargo, la DO, en los términos en que existe en la actualidad, brillaba por su ausencia en 1883. La ausencia de esta figura económica, caracterizada por su fuerte sustrato socio-cultural y de poder, se daba incluso en la misma Europa.³² Si bien los términos “denominación de origen” e “indicación geográfica” formaban parte de los documentos originales de la Convención, no resulta temerario señalar que ochenta años de enmiendas han reinventado desde entonces dichas categorías.³³ La sola mención de la Convención como el origen histórico de la DO puede verse como una resignificación y una forma de legitimar, en términos históricos, las prácticas, privilegios, obligaciones y reglamentaciones que le acompañan —y a los cuales se espera tener acceso.

Esta reconstrucción arqueológica, a su vez, legitima la dimensión transnacional que se reclama en el presente para la DO. Por lo mismo, le confiere un poder histórico, a la par del simbólico, a las mercancías que detentan dicha distinción en un mercado global muy competitivo y diversificado. Es más, algunos países en tanto participantes de dicha Convención, justifican las reclamaciones actuales en favor del reconocimiento legal extranjero para los productos que ya cuentan con la protección de la DO

dentro de sus fronteras apelando al “amplio alcance territorial” de la Convención (Rodríguez Cisneros, 2001: 3). Al hacerlo, se aventuran a mencionar la Convención como una entidad supranacional (*ibidem*). Por este medio tratan de dar un sustento históricamente mundial a sus actuales esfuerzos por lograr legitimidad en el mercado global, para aquellos bienes a los que han otorgado DO dentro de su ámbito doméstico.

La pertinencia del ejercicio anterior obedece a que, en este momento, el establecimiento de estándares transnacionales —mediante su negociación en arenas multilaterales— ha terminado por ser visto como la estrategia más apropiada para abordar disputas potenciales o irresueltas entre los países.³⁴ Esto se debe, en gran medida, al poder que le otorgan la mayoría de los países a las instituciones multilaterales y lo que se percibe como el alcance global de las mismas. Un poder que, como veremos, es negociado e impugnado por los diferentes actores involucrados en el proceso mismo de dar legitimidad a ese poder supraestatal (Merkis, 2001).

La Convención de París no era una entidad supraestatal. No se hallaba institucionalizada, como lo están hoy en día la OMPI, la OMC y los TRIPS. Además, muy pocos de los asistentes tuvieron que acatar las reglas y los compromisos aceptados en la Convención.³⁵ Lo mismo sucedió con el Acuerdo sobre el Registro Internacional de Marcas de Madrid, en 1891. Igual suerte corrió el Acuerdo para la Represión de Indicaciones de Origen de los Bienes Falsos o Engañosos, también celebrado en Madrid en ese mismo año.

De modo similar, el Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de la Denominación de Origen y su Registro

³¹ Una de las publicaciones de la UE enfocada únicamente en la DO ilustra este punto en las siguientes palabras: “La protección de la denominación de origen cuenta con una historia en el ámbito internacional. Hasta cierto punto, la producción de las denominaciones de origen ya había sido abordada en la Convención de París para la protección de la propiedad industrial (1883), seguida por el Acuerdo de Madrid sobre fuente de las mercancías (1891), y posteriormente el Acuerdo de Lisboa para la protección de las denominaciones de origen y el registro internacional (1958)” (Besseler en Auder, 1997: 3).

³² Como vimos en el caso del champán, el Estado francés otorgó la primera protección para la denominación de origen del champán en 1908.

³³ Este documento se titula “Convención de París para la Protección de la Propiedad Industrial del 20 de marzo de 1883”. No obstante, justo debajo de este título hay un párrafo en el que se explica que este documento es el resultado de varias revisiones desde 1883 hasta el documento final datado en 1967, que es el vigente hoy en día (UNTS, 1997: 305).

³⁴ Un ejemplo de esto lo dio el presidente Fox cuando, a propósito de la guerra de Irak, declaró que “México lamenta la guerra inminente e insiste en pedir el uso de la vía multilateral para resolver los conflictos” (*Milenio*, 18 de marzo de 2003).

³⁵ El Acuerdo de Madrid sobre el Registro Internacional de Marcas de 1891 declara obligatorios los acuerdos que lo constituyen para los “países a los que se aplica este acuerdo” (Acuerdo de Madrid sobre el Registro Internacional de Marcas, 1891, art. 1 en http://www.wipo.int/madrid/eng/legal_agreement.pdf). Empero, el Acuerdo se aplica a muy pocos países. México es un caso ilustrativo, al volverse miembro de la Convención de París de 1903. Desde la Convención de París, sostiene un funcionario mexicano, México ha sido un participante activo en estos trámites (Rodríguez Cisneros, 2001: 3).

Internacional de 1958, considerado el hito de la DO moderna, limita su alcance a “los países a los que corresponde este Acuerdo” (1958: 1). En 1966, el Acuerdo contaba con seis miembros: Cuba, Francia, Haití, Israel, México y Portugal. Dos años después se sumó Italia. Los 13 países restantes se adhirieron entre 1972 y 1999 (*ibidem*). Craven y Mather afirman que Estados Unidos, por su parte, se negó a firmar dicho Acuerdo (2001: 317). Hoy, a 25 años de celebrado el Arreglo, sólo 20 países son miembros formales del mismo.³⁶

Siendo congruente con el marco interpretativo que he ido tejiendo a lo largo de esta reconstrucción histórica de las DO, considero la negativa de los estadounidenses a adherirse al Acuerdo de Lisboa como una expresión de la lucha abierta que sostenían Estados Unidos y Japón contra el poder europeo en el mercado mundial de bienes agroalimentarios. Planteo, en este tenor, que la escasa adhesión al Acuerdo es una forma de resistencia contra el monopolio de la UE sobre la DO, por parte de las naciones-Estados fuera de Europa. Esto no impide que la escasa adherencia a los acuerdos de Lisboa pueda también haber obedecido al hecho de que los países no europeos concibieran dichos acuerdos como ajenos a sus intereses. Bien pudieron entenderlos como una arena en la que se actuaban las políticas internas europeas.³⁷

Conviene recordar que si bien algunos Estados no europeos ya habían otorgado protección legal por medio de la DO a algunas mercancías agrícolas domésticas, sus DO no eran reconocidas en el mercado mundial. Esto obedecía a que, para que esta protección legal interna fuera reconocida más allá de sus fronteras nacionales, tendría que recibir la legitimación de países terceros. Esta legitimidad se obtiene, a la fecha de hecho, por medio de acuerdos comerciales bilaterales entre el Estado

en cuestión y otros países. Cabe puntualizar, empero, que la mayoría de estos tratados se establecían generalmente entre el país interesado y la UE.

No es hasta fecha muy reciente que la legitimidad de las DO para productos no europeos puede ser otorgada en una institución multilateral. En 1974, por ejemplo, se hizo un intento por revisar la Convención de París. La idea central consistió en establecer regulaciones para la adopción de la DO en todo el mundo. Como resultado de estas revisiones se estableció la Organización Internacional sobre Propiedad Internacional (OMPI). Fue así como la OMPI se convirtió en el primer espacio multilateral para la legitimación de las DO fuera de la maquinaria de poder de la UE. Este intento fue poco exitoso pues continuaba vigente, no obstante, el derecho del monopolio europeo a dictar qué país podía (o no podía) usar la región de origen con el fin de añadir valor material y simbólico a sus productos domésticos. Este derecho a la exclusividad de la legitimidad, férreamente esgrimido por los europeos, se dio a pesar de los intentos de la OMPI por especificar y ampliar su alcance. Las luchas de esta arena supraestatal se dieron justo en el punto y en las formas en las que las había dejado la Convención de París un siglo antes.

Bienes no europeos en busca de DO: De retorno a las arenas supraestatales para obtener la legitimidad

De 1968 a la década de 1990, las naciones-Estados desarrolladas y aquellas en vías de desarrollo hicieron cada vez más creciente su cuestionamiento al monopolio de Europa sobre el derecho a otorgar y regular la DO. En otras palabras, un efecto de la globalización redundó en que varios nombres regionales europeos, que ostentaban ya DO, “fueron descontinuados por etapas de la industria vitivinícola general (por ejemplo, Champán, Borgoña, Clarete, etc.)” (Taylor, 2000: 33). Quedaron reservados, con ello, para el uso exclusivo de los productos de dichas regiones. Como consecuencia, los vinos no europeos perdieron el derecho de uso de sus antiguos nombres, a pesar de que compartían las características de los que tenían DO. Estos vinos ya no podían tener acceso al mercado euro-

³⁶ En <http://www.wipo.int/treaties/general/parties.html>

³⁷ Una ilustración de este último punto han sido las recientes disputas entre los países europeos por la deslegitimación de la denominación de origen que el Estado griego otorgó al queso feta. El gobierno danés, el francés y el alemán han puesto en tela de juicio la autenticidad otorgada al queso feta griego por medio de la DO. Solicitaron que este tipo de queso se considerara “genérico” dado que también se producía en Dinamarca, Francia y Alemania. Después de algunos años de fuertes negociaciones, se reconoció la denominación de origen al queso griego.

peo y otros mercados llevando el nombre de un vino con denominación de origen (DO) europea.

Fue por ello que la única estrategia que podían seguir los elaboradores de vino no europeos con el fin de abrir nuevos nichos de mercado era mediante la firma de acuerdos bilaterales, sobre todo con Europa. Si bien mediante éstos lograban el acceso a un nuevo mercado, la desventaja era que se tenían que sujetar a las regulaciones que protegían los vinos domésticos del mercado en cuestión. Al hacerlo, su acceso a las regalías de la exclusividad de la DO era minimizado de forma significativa. Por ejemplo, Australia firmó un acuerdo bilateral con la UE en 1994. Taylor explica este proceso en los siguientes términos: “A cambio de que la UE conviniera en relajar sus considerables restricciones técnicas a la importación de vinos australianos a la UE, el vino de Australia acepta ir eliminando, por fases, el uso de varias DO y marcas tradicionales europeas reconocidas. Ambas partes han acordado el establecimiento de un sistema que evite el uso de las marcas tradicionales y las DO que aparentan que los vinos provienen de un lugar del cual no provienen” (*ibidem*). Como se observa, los países fuera de la UE hubieron de adoptar sus sistemas legales en lo tocante a la DO de sus bienes agrícolas domésticos. Incluso se vieron obligados a incluir regulaciones que, de manera explícita, definieron como una ofensa el comercio de esas mercancías.

La Ronda de Uruguay fue la primera arena multilateral en la que la DO pudo ser negociada al margen del control europeo. Con el fin de garantizar los principios convenidos en la Ronda, surgieron los Acuerdos en Relación a los Derechos de Propiedad Intelectual (TRIPS). Algunos de los objetivos de este acuerdo supraestatal resaltaban la protección de la DO “y ampliaban tal protección a un número significativamente más elevado de países que los acuerdos internacionales previos, en aras de un nivel equivalente de protección en todo el mundo”.³⁸ Los TRIPS se

³⁸ Esto se hizo posible, como bien señala Audier, porque “los derechos de propiedad intelectual se pusieron por fin en la agenda del GATT” (1997: 13). Como nos informó Stegemann, éste fue el resultado de las “políticas domésticas de Estados Unidos o de la interacción del Congreso de Estados Unidos, la administración (el Presidente) y grupos de interés organizados (corporaciones norteamericanas con fuertes grupos de interés y sus alianzas en el campo de las patentes y los dere-

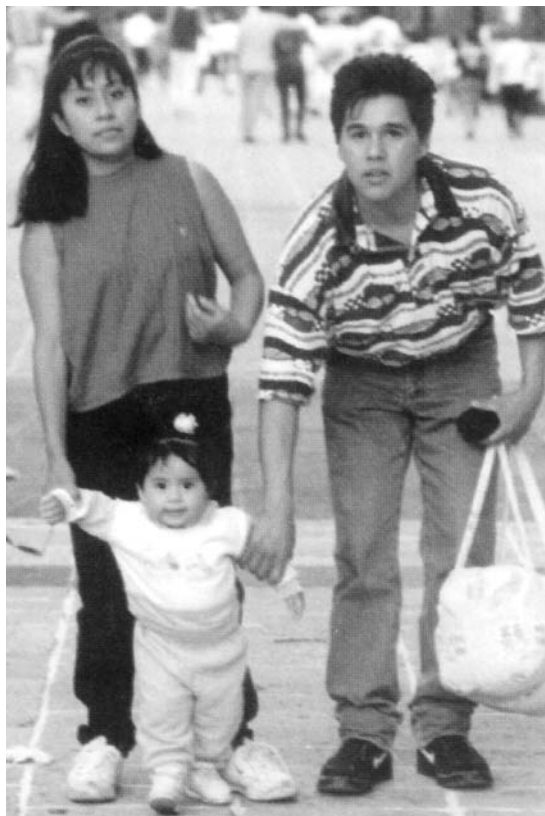


Década de 1910. Fototeca “Romualdo García”, Museo Alhóndiga de Granaditas. Calendario Coriac 2000 / Cortesía de Coriac.

concibieron como “un compromiso entre el enfoque europeo que garantizaba una fuerte protección [a sus bienes domésticos] y la línea adoptada por otros países como Estados Unidos, Canadá, Australia y Nueva Zelanda” (Beseler en Audier, 1997: 3-4).

La importancia de los derechos de propiedad intelectual se hizo explícita cuando sus regulaciones se volvieron obligatorias en los 145 países que forman parte de la OMC. En 1996, los Acuerdos de los TRIPS tuvieron que ser aplicados por los países desarrollados. Junto con esto, los países en desarrollo tenían que ofrecer protección a la DO para enero de 2000 (Beseler en Audier, 1997:4).

chos de autor) (2000: 1238). Significativamente, la DO se vio beneficiada de forma clave con esta medida de poder que hizo Estados Unidos mientras participaba en la construcción de la Ronda de Uruguay.



Década de 1990. Calendario Coriac 2000 / Foto: Daniel Correa Rojo. Cortesía de Coriac.

188 ◀

La OMC se convirtió, así, en el árbitro de las disputas entre países sobre la DO. Esto podría interpretarse como otra instancia más del poder y la influencia de las instituciones multilaterales. No obstante, sin menospreciar la importancia de tales arenas supraestatales de negociación, sostengo que las formas discursivas (tales como la DO) de este tipo de instituciones son apropiadas y domesticadas por los distintos Estados que las componen, acordes con propósitos específicos. A la par, son una forma en que la globalización misma abre nuevas oportunidades para los bienes, tanto de los Estados poderosos como de los menos desarrollados, al construir las maquinarias que legitimen y protejan su circulación en el flujo transnacional.

Por otra parte, el poder atribuido a las organizaciones multilaterales como la OMC tiene que examinarse en pers-

pectiva, dado que siempre es relativo. Ha de verse a la luz de la manera particular en que las naciones-Estados se apropian, cuestionan, domestican y resignifican las formas discursivas supraestatales, como sería el caso de las DO. En otras palabras, el poder de la obligatoriedad de la OMC lejos está de radicar sólo en la fuerza de dicha instancia, al menos en lo que se refiere a la "imposición" del reconocimiento, legitimación y protección de las DO en el interior de los mercados de los países miembros. Éste también se deriva del poder de los Estados mismos, el cual se finca en el interés que sus grupos gobernantes tienen en formar parte del sistema mundial de las DO. Dicho de otra forma, el poder de la OMC sobre la legitimidad de las DO es reflejo del propio interés de los países porque sus productos nacionales distintivos tengan acceso a un lugar de exclusividad en el mercado global.

Así, la lucha entre los Estados por la legitimidad de las DO en esta arena supraestatal ha girado en torno al acceso a "nombres que gozan de una bien ganada fama" para ponérselos a sus mercancías que son similares, o aun superiores, a las que cuentan ya con la protección de la DO en Europa. Empero, a pesar de su calidad, de las características geográficas, de las materias primas e incluso de la particularidad de sus orígenes y tradiciones, estas DO no europeas tuvieron que llevar un nombre genérico en otras partes. Por ejemplo, en 2001 Sudáfrica estuvo metida en "arduas negociaciones" y "acalorados debates" con la UE después de más de cuatro años por el derecho a usar "nombres que indican fuente de origen, incluido el "porto", el "jerez", y varios vinos y bebidas espirituosas adicionales (Craven y Mather, 2001: 1-2).

Ese mismo año, Chile cuestionó agresivamente el monopolio que Europa ejercía sobre el uso exclusivo de los nombres de "champán" y "coñac" en sus etiquetas, sobre la base del derecho a la exclusividad derivado de sus DO históricas. Un funcionario chileno sostenía que éstos eran ya nombres genéricos o marcas en Chile y otras partes del mundo. Incluso puso en tela de juicio la DO de Champagne sosteniendo que "champán" había evolucionado de ser una DO a volverse el nombre de un producto que se elabora mediante un método particular (Merkis, 2001: 3). Aunque este funcionario cuestionaba abiertamente el poder del Acuerdo sobre Derechos de

Propiedad Intelectual en lo tocante a hacer obligatorio ciertos cambios en la legislación doméstica debido a la DO, adujo en términos inequívocos que:

El orden económico internacional para el libre mercado que está siendo buscado como la finalidad última [...] constituye el objeto mismo que los países vitivinícolas del Nuevo Mundo están buscando [...] Los derechos que los Acuerdos sobre Derechos de Propiedad Intelectual han establecido son inalienables. Lo más inapropiado e inconveniente sería que Europa se viera obligada a obtener mediante tratados bilaterales lo que en virtud de estatutos legales internacionales permanece fuera de su dominio exclusivo como *fait accompli*. El mensaje que al parecer hemos recibido en esta etapa es el siguiente: si quieres comerciar con Europa, renuncia a tus derechos a la DO y da por perdidos tus derechos sobre los Acuerdos de los Derechos de Propiedad Intelectual. Esta práctica nos parece un gesto poco amistoso, por decirlo suavemente, y una característica ya pretérita en la arena del comercio internacional (*ibidem*, 4).

Como lo muestra esta forma discursiva, Chile, al igual que muchos otros países, mantiene una posición ambigua, aunque crítica, hacia el papel que las instituciones multilaterales como los TRIPS debieran desempeñar respecto a la DO. En cualquier caso, parece que el poder de la UE sobre las instituciones multilaterales en lo tocante al otorgamiento de la DO sigue vigente. En 2003, cuando fueron admitidos diez nuevos miembros a la UE, observamos un ejemplo más de cómo se ve ésta a sí misma no sólo como el único cuerpo con derecho a controlar la dinámica doméstica de la agricultura en los países miembros, sino también como la única entidad con derecho a otorgar la DO. Un periodista manifestaba que la UE otorgaba “otras concesiones” a algunos de estos países que incluían un “aumento de las cuotas de producción lechera” (Sciolino, 2003: A10). Añadió que “numerosas concesiones a otros países eran mucho más modestas [...] A Hungría se le permitió el uso exclusivo de la palabra *Tokay* para denominar el vino que produce” (*ibid.*).

En otras palabras, a pesar del carácter autorizado de la OMC como arena multilateral para la solución de conflictos sobre la DO, ha aumentado de manera significativa el número de disputas entre naciones por el derecho a: 1) utilizar “nombres de origen” específicos con un pres-

tigio bien establecido y, por ende, con valor añadido; 2) a que sus mercancías domésticas gocen de la protección inherente a la DO, y 3) a tener acceso al club europeo de otorgar DO. Hacia fines de la década de 1990, la UE había recibido más de 1 500 solicitudes de DO. Empero, en diciembre de 1999, el Registro Internacional de la OMC había contabilizado solamente 835 productos. Es notorio el hecho de que estas DO se hallan muy concentradas en Francia (66.3% del total, con 508). Francia, Italia y Portugal disponen de 540 DO, y los países europeos en general tienen 728 de las 766. Sólo hay 38 mercancías que ostentan DO fuera de los países europeos. Curiosamente, países europeos como Italia admiten que se ha vuelto cada vez más difícil conseguir DO legales para los bienes domésticos (Rivella, 1996). Resulta aún más significativo ver qué pasa con los países cuyas solicitudes de DO han sido rechazadas. Las 90 negativas se hallan distribuidas así: 35 a México; 16 a Israel; 11 a Cuba; nueve a la República Checa; seis a Francia; seis a Haití; cuatro a Portugal; dos a Hungría; y una a Italia.³⁹

La competencia por un nicho de mercado basado en “el lugar de origen” se salió del control de los países agrícolas más poderosos. Un ejemplo de ello está en la batalla sobre el *pisco*. Éste se produce en Perú y Chile. Este último país obtuvo cierto reconocimiento internacional para la DO del pisco, que el Estado chileno ya le había otorgado a esta bebida. Esta limitada legitimidad la logró mediante acuerdos bilaterales con Canadá y México. Sin embargo, la DO del pisco no está reconocida en el ámbito global (Merkis, 2001: 2).

A la par, Perú reclama que su pisco es el auténtico, y legitimó su aserto aduciendo que ha estado participando en negociaciones sostenidas con la OMC.⁴⁰ De la misma manera, Chile solía argumentar a favor del pisco chileno sobre la base de su “compromiso internacional de carácter multilateral hecho por Chile” como miembro de las TRIPS. Según el Estado chileno, el desacuerdo entre Chile y Perú en lo tocante a la DO del pisco “debería zanjarse

► 189

³⁹ En <http://www.southcentre.org/publications/geoindication/paper.10-05.htm>, p. 2.

⁴⁰ En <http://www.rree.gob.pe/economía/asuntosE/pisco/pagina7.htm>

mediante negociaciones apropiadas dentro del marco de los derechos y obligaciones marcados por el derecho internacional” (Merkis, 2001: 2). La OMC todavía enfrenta el reto de zanjar el conflicto entre Chile y Perú sobre la DO del pisco, entre otros muchos casos similares.

Las pugnas por las DO en la era global: La calidad y el regreso a lo natural

190 ◀ Paralelamente a estas luchas por la legitimidad de las DO en arenas supraestatales, se materializó la globalización como la búsqueda de la estandarización de la calidad en el flujo transnacional de bienes y servicios. Esto es, una de las formas más significativas en las que se ha objetivado la globalización en el sector agroalimentario lo constituye el establecimiento y uniformización de los estándares de calidad. La calidad irrumpió, así, en la cotidianidad de los actores en tanto construcción social, cultural y de poder. Es por eso, como he mostrado en estudios previos, que las ideas y prácticas de calidad constituyeron y determinaron de manera significativa el proceso mismo de globalización, al tiempo que eran conformadas por las dinámicas de este proceso mayor (Rodríguez Gómez, 1999, 2002a).

Las mercancías que ostentan DO no escaparon de este proceso de tensa y siempre conflictiva homogeneización. Por el contrario. Hoy por hoy las mercancías con DO son consideradas como los “productos de calidad” por excelencia en el ámbito europeo. Las DO son, de hecho, los puntales de la “política de calidad” en el sector agroalimentario de la UE.⁴¹ Como he mostrado previamente, las DO materializan el complejo —pero siempre complementario y fluido— entretrejimiento entre la uniformidad y estandarización, por un lado, y la especificidad y singularidad distintiva, por el otro. Objetivan el carácter dialógico que distingue a la globalización.

Las instituciones multilaterales, las naciones-Estado, las industrias agroalimentarias, los productores, los interme-

diarios, los vendedores de servicios, los científicos y los tecnólogos, entre otros actores en el concierto global, han presentado el cumplimiento de los estándares de calidad como el modo más objetivo y preciso de protección de los intereses del consumidor. En consecuencia, las instancias supraestatales y los países, de una parte, y las corporaciones transnacionales, de otra, han construido un cuerpo complejo de expertos y reglas con el fin de definir estándares de calidad “objetivos” y medibles. Los productores agrícolas y los elaboradores de alimentos por igual han tenido que sujetarse y, en muchos casos, probar su cumplimiento con los estándares de calidad nacionales establecidos por su país. Estos últimos, valga señalar, han sido convenidos y legitimados, en la mayoría de los casos, por los estándares de calidad transnacional que son obligatorios para la circulación de estas mercancías en el ámbito internacional.

El grueso de las DO que tienen legitimidad fuera de su Estado, llevan un sello de aprobación y certificación de su origen tanto como de su calidad. Estas marcas han sido elaboradas históricamente a fin de que los consumidores puedan cerciorarse de que están adquiriendo mercancías de calidad garantizada. La certificación de la DO es una parte muy regulada de la construcción y legitimación de una DO en todo el mundo.⁴²

Durante las décadas de 1960 y 1970, la demanda de vinos y bebidas alcohólicas naturales en el mercado global se expandió de manera importante (Niekerk, 2000: 344). De hecho, la circulación mundial de mercancías en general había aumentado significativamente para fines de los años 1980. Los productos con DO se volvieron bienes escasos y caros en un mercado mundial muy diversificado y en expansión. Como acabamos de ver, una década más tarde, aumentó la demanda de los países no europeos de que se otorgara a sus mercancías distintivas la DO.

⁴¹ Véase http://europa.eu.int/comm/agriculture/foodqual/quali1_es.htm

⁴² Las leyes consuetudinarias europeas establecen: “Mientras la etiqueta de los productos agrícolas y alimentos está sujeta a las reglas generales señaladas por el Consejo Directivo 79/112/CEE [...] sobre la aproximación de las leyes de los estados miembros en lo relativo a la etiqueta, presentación y fomento de los alimentos; mientras, en vista de su naturaleza específica, debieran adoptarse provisiones específicas adicionales para los productos agrícolas y alimentos de un área geográfica específica” (Regulación del Consejo, núm. 2081/92).

Esta escalada de circulación mundial y el grito de inclusión en el club de la DO por parte de países ajenos a la CEE estaban relacionados con tres procesos interconectados:⁴³ Primero, se alcanzaron acuerdos comerciales que “abrirían” los mercados de varios países. De este modo, se constituirían nuevos bloques económicos con base en mercados más amplios “sin fronteras”, como el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, para competir con la CEE. Segundo, el desarrollo de cadenas de productos agrícolas, junto con formas culturales generadas por la globalización, como los estándares de calidad, fueron claves para países que elaboraban artículos similares a los producidos tradicionalmente por la CEE —específicamente, vinos, bebidas espirituosas y quesos. El ejemplo de África del Sur es ilustrativo a este respecto. Ya entrada la segunda mitad del siglo XX, los elaboradores sudafricanos producían vinos cuyo cuerpo, características y estándares eran no sólo reconocidos de calidad superior, sino de hecho considerados muy similares a los de los prestigiados vinos europeos que ostentaban ya DO. Estas mercancías sudafricanas, sin embargo, no podían venderse en ningún mercado como bienes etiquetados con DO salvo en el ámbito doméstico. En palabras de Niekerk: “Un sello de certificación es una garantía absoluta al público de que las afirmaciones del empaque, acerca del vino, son reales. [Este sello también indica] que el vino era de buena calidad cuando fue evaluado [por los cuerpos reguladores domésticos]” (Niekerk, 2000: 352). En suma, países en donde se había logrado el refinamiento en la producción y elaboración de bienes agroalimentarios similares a los que cuentan con DO, luchaban en contra de éstas ya que se les concibe como “monopolios de nombres propios” controlados para beneficio exclusivo de los productores de la CEE.⁴⁴

⁴³ Difiero del marco teórico y, por tanto, del análisis economicista de Thiedig *et al.* en su artículo “Welcome to the Club. An Economic Approach to the Geographical Indication in the EU” (2000). Conuerdo con ellos, sin embargo, cuando sostienen que la construcción de la denominación geográfica materializa la tensión entre los procesos de inclusión y exclusión que implican (véase Rodríguez Gómez, 2002).

⁴⁴ Thiedig *et al.* (2000); para una discusión específica sobre la relación entre estándares de calidad globalizada y la construcción reciente de las mercancías españolas y mexicanas con DO, véase Rodríguez Gómez, 2002a, 2003b.



Calendario Coriac 1998 / Foto: Ma. Trinidad Pérez. Cortesía de Coriac.

► 191

Tercero, se observa la tendencia de los grupos dominantes en los países occidentalizados a favor del consumo de “bienes regionales” y “artesanales”, cuyo carácter distintivo y reputación exótica descansa en el hecho de que provienen de un grupo que es “simbólica o materialmente” distante (Rodríguez Gómez, 2002a). Como señalan Bérard y Marchenay, “los productos locales” suelen ser concebidos como bienes ligados a productos tradicionales, típicos de una región, que son distintivos gracias a las cualidades y características particulares de sus regiones (1996: 231).

Estos académicos franceses señalan que hay un movimiento creciente entre los consumidores de Francia y otros países europeos para exigir la protección de los productos locales. Esto se debe a que, explican, su producción, distribución y consumo es mantenido e incluso fomentado por su misma especificidad cultural. En

México, miembros de los grupos urbanos dominantes acuden a un número creciente de tiendas *delicatessen* en busca de productos agropecuarios “tradicionales” o “auténticos” (*i.e.*, diferentes variedades de queso, crema, mantequilla y bebidas espirituosas). El carácter distintivo de estos productos se atribuye a que vienen de áreas rurales y han sido manufacturados conforme a las “viejas formas de elaboración de los productos hechos a mano”.

Este movimiento puede observarse también en Estados Unidos. En el mercado, los consumidores pueden hallar “huevo fresco de granja” de la empresa *Land O’ Lakes*⁴⁵ o “limón agrio auténtico, producto de México”. Pueden encontrar asimismo “salsa de champiñón silvestre”, cuya etiqueta clama: “Somos sencillamente orgánicos. Nuestro objetivo es enriquecer la vida de la gente mediante la promesa de frescura, calidad y sabor que sólo puede venir de alimentos cultivados orgánicamente. Festejamos la vida, honramos la tradición y valoramos la naturaleza.”

En Boston, New Haven o Davis, los consumidores pueden hacer su compra semanal en mercados de productores, cuyos artículos vienen directamente de las granjas de las áreas rurales circundantes. En New Haven, los consumidores de té y café de Willoughby pueden seleccionar café mientras leen la *Guía de los sabores del café*. Estos actores se enteran de que “Willoughby ofrece todas las variedades de tostado y unas cuantas de tostado francés. Los granos de café seleccionados por Willoughby son los árabicos de mejor calidad, cultivados en su mayoría a altitudes que oscilan entre los 3 000 y los 7 000 pies. Estos cultivos de altura crecen en arbustos más pequeños y más lentamente, suelen tener un aroma y sabor más concentrados” (*Libelo de Willoughby’s* del 2002).

En otras palabras, bajo el capitalismo neoliberal, a las tradiciones rurales se les está dando mayor importancia por su especificidad local en la medida en que se van incorporando a la circulación y consumo global de mercancías, valores e ideas. Tales productos se vuelven parte

de la expresión cultural de los miembros de los grupos dominantes en todo el mundo. Se convierten en símbolos sociales que significan gusto distintivo. Esto lo hacen al evocar una cierta clase de consumo e ideas renovadas acerca de “lo exótico”, lo rural, la tradición. Así, su consumo reafirma el estatus social de quienes los consumen. Paradójicamente, los miembros de los grupos dominantes tienen una comprensión contradictoria de lo rural, puesto que lo ven como un lugar de ignorancia y un obstáculo al progreso. Lo conciben, simultáneamente además, como una fuente de virtudes relacionadas con la sencillez y la naturaleza. Las DO son, de este modo, nuevas mercancías que reflejan y refractan los cambios en el consumo entre los grupos dominantes conforme a la clase y a la generación, así como a las concepciones cambiantes de la naturaleza, el cuerpo y la salud (Rodríguez Gómez, 2002a).

Estos cambios acompañan a las transformaciones en los estándares de calidad tanto como los criterios mediante los cuales se valoran las mercancías en el mercado. En la actualidad, la “vuelta a la naturaleza”, “el respeto a las tradiciones”, “la compra de lo local” o “la conservación de la naturaleza y la biodiversidad” se han vuelto consignas poderosas para fomentar el valor simbólico y material de una mercancía con DO o de productos orgánicos. Como señalaba la cubierta de *Newsweek* (30 de septiembre de 2002): “¿Debe usted comprar productos orgánicos? ¿Cómo afectarán las nuevas reglas sus alimentos, su salud y finalmente el planeta?”

Las DO y la construcción de la hegemonía en el mercado transnacional: Poder y subsidios agropecuarios en la era global

El mercado globalizado ha presionado a favor de la DO de tal manera que el número de productos agropecuarios y artesanales que ostentan esta distinción se ha prácticamente duplicado en las dos últimas décadas. La DO globalizada continúa siendo una forma de protección, como lo ha sido formalmente desde la Convención de París de 1883. Como resultado de la Ronda de Uruguay (1994), los TRIPS y la incorporación de las DO a la agenda de la

⁴⁵ En la etiqueta un consumidor ve no sólo el icono indio que *Land O’ Lakes* ha utilizado como distintivo de su marca, sino también puede leer: “Gallinas alimentadas con una dieta natural de grano. La dieta natural no contiene grasa animal, subproductos animales, conservadores o antibióticos.”

OMC (2000), los países desarrollados tanto como aquellos en vías de desarrollo se han visto forzados a modificar su sistema legal nacional en aras del reconocimiento de las DO. Estos ajustes en las maquinarias del Estado se han realizado de forma tal que las mercancías con DO, provenientes de otros países miembros de la OMC, son protegidas y, con ello, tienen acceso a diversos mercados internos y al global. Al hacerlo, productores y países de origen devengan el plus económico y el prestigio de la DO. Para cualquier país, aun dentro de la UE, la obtención de una DO significa la entrada en una lucha de poder con aquellos países que también buscan una “ventana” en el mercado global basada en la región de origen y la tradición. En el interior, la DO conlleva conflictos y acomodamientos entre los distintos grupos y regiones que reclaman para sí el derecho a la exclusividad que sustenta la especificidad de la DO en cuestión.

Paradójicamente, en el ámbito regional, esta lucha global no sólo aporta valor sino que otorga legitimidad, prestigio y distinción a mercancías que incluso eran ilegales hasta años muy recientes, como han sido los casos del bacanora y del sotol de México. Como vimos con el caso del champán: geografía y región son construcciones sociales, enraizadas de manera significativa en las luchas culturales y de poder en el ámbito regional, nacional e incluso transnacional.

Teóricamente, esta lucha no debiera darse, ya que las TRIPS definen el origen de un bien con DO: “donde una calidad determinada, la reputación u otras características del artículo es atribuible esencialmente a su origen geográfico” (TRIPS, art. 22[1]). Esta definición trata de conferir objetividad a una figura económica, social y culturalmente construida. Obvia, con ello, que la DO es, la mayoría de las veces, producto, medio y causa de enconadas luchas de poder. Esto explica por qué la OMC ha enfrentado impugnaciones constantes, más que éxitos, en la solución de conflictos entre países en lo tocante a las DO.

Antes de cerrar, y retomando el punto de arranque de esta discusión, vale la pena recordar que los conflictos latentes y acalorados dentro de la UE; entre la UE, Estados Unidos y Japón; y entre éstos y el resto de los miembros de la OMC sobre los subsidios a los pequeños productores y a la agricultura han incidido de manera significativa en

las batallas mencionadas sobre la DO. Tras las pugnas materializadas en la asignación y legitimación de las DO, Gran Bretaña se opone a los subsidios agrícolas “defendidos tan tercamente” por Francia y Alemania. Por la misma razón, los países no europeos ponen en tela de juicio el sistema europeo de subsidios agrícolas. Estos subsidios, huelga señalarlo, se hallan estrechamente ligados al creciente desarrollo de las DO para los productos agrícolas europeos. Como ilustra el ejemplo de la DO del queso Cabrales, su obtención fue posible gracias a que buena parte de la innovación técnica, los instrumentos y prácticas para alcanzar estándares de calidad y otros apoyos de infraestructura regional, necesarios para mejorar la comercialización de la región de Cabrales, provinieron de los apoyos europeos a las tierras agrícolas marginales, a la promoción de lo históricamente propio y a la protección de la biodiversidad y de la especificidad cultural (Rodríguez Gómez, 2002a, 2003b).

De manera similar a las pugnas de países no europeos, desde que entró en vigor el TLC en 1994, los productores mexicanos han criticado acremente al Estado por su incapacidad de negociar con Estados Unidos para que en ese país se reduzcan los subsidios a los pequeños productores y a la agricultura en general. Desde el inicio de las negociaciones del TLC, productores y académicos especializados en el estudio de la agricultura mexicana han sostenido que el Tratado representa una competencia desleal entre los productores agrícolas de los tres países. Una de las razones más significativas es que los productores mexicanos apenas reciben subsidio alguno del Estado. De hecho, los funcionarios de la Secretaría de Agricultura consideran que los subsidios son una forma de paternalismo. De este modo, como México ha adoptado el neoliberalismo, no queda espacio para los subsidios, ya que son concebidos como una reminiscencia de las prácticas corporativas de una forma estatal “superada”. Las manifestaciones, en 2003, de productores en contra de la apertura comercial plena del mercado agrícola mexicano en 2004 hicieron patente que 60% de la agricultura estadounidense es subsidiada de manera abierta o solapada. Curiosamente, y como resultado de la fuerte oposición de los productores mexicanos, México está negociando con Estados Unidos y Canadá el establecimiento de un



Década de 1910. Calendario Coriac 2000 / Cortesía de Coriac.

fondo trilateral que apoye a los productores mexicanos (*Milenio*, 18 de marzo de 2003). Huelga decir que se requiere un número mayor de estudios tanto como una discusión crítica sobre la pertinencia y características de los subsidios al ámbito rural y las actividades agroalimentarias y, a la par, sobre su papel en el establecimiento de las DO.

Por otra parte, los productores carentes de DO, a semejanza de países poderosos o no tan poderosos cuyas mer-

cancías domésticas están obligadas a permanecer “genéricas”, no son tan afortunados. Instituciones multilaterales importantes, como la Organización Internacional de Propiedad Industrial, la OMC, y las TRIPS se han encargado de que un mayor número de países puedan obtener reconocimiento global para sus bienes, pero han surgido al mismo tiempo muchas más pugnas transnacionales a propósito de las DO de las que estas instituciones pueden resolver. Al igual que resulta clave la intervención estatal para zanjar disputas sobre cuáles productos regionales tienen derecho a la DO dentro de los límites nacionales, las organizaciones multilaterales se ven obligadas a asumir la responsabilidad de arbitrar los conflictos entre naciones a propósito del reconocimiento supranacional del carácter único de sus productos.

No todo el que solicita una DO la obtiene; ello significa que junto con las nuevas modalidades de comercialización global para reinventar y resignificar productos regionales surgen diversas maneras de falsificarlos. En consecuencia, quienes están metidos en el proceso de obtener una DO para bienes agrícolas, artesanales o alimentarios no siempre resultan “ganadores”. Habrán de hacer frente a la exclusión. La resignificación de la tradición por medio de la DO en un nuevo contexto histórico, como la globalización, no necesariamente reconfigura las desigualdades y la explotación de clase o del ejercicio de formas diferenciales de poder. Aun así, estos procesos nos muestran el dominio de clase como un proceso vigente de negociación y cuestionamiento gestado por los diferentes grupos subalternos.

En otras palabras, los pequeños productores agrícolas y los países a los que las instituciones multilaterales no pueden otorgar DO podrían tener acceso a nuevas ventanas de oportunidad en el concierto global por medio de la DO. Esto se da gracias a que la DO es una arena en la que diferentes actores pueden poner en tela de juicio y luchar contra la creciente concentración de las industrias manufactureras nacionales más grandes en la elaboración de “mercancías tradicionales” o en contra de las industrias agroalimentarias transnacionales que compiten por el monopolio sobre los productos regionales con nombres prestigiados, como lo es el caso de las principales elaboradoras de tequila en México. Estos ámbitos de

negociación supraestatal abren el espacio para que las naciones-Estado, a su vez, puedan luchar a favor de sus productores artesanos y de la agricultura en pequeña escala. Y, al hacerlo, reten y se contrapongan a los países que pugnan por mantener el control sobre el flujo de productos y alimentos agropecuarios en todo el mundo.

Bibliografía

- Auder, J., 1997, *TRIPS Agreement. Geographical Indications*, Ginebra, Unión Europea.
- Benko, G., 1995, "Les théories du développement local", *Sciences Humaines*, núm. 8, pp. 36-40.
- Bérard, Laurence y Philippe Marchenay, 1996, "Tradition, Regulation, and Intellectual Property: Local Agricultural Products and Foodstuffs in France", en Stephen B. Brush y Doreen Stabinsky (eds.), *Valuing Local Knowledge. Indigenous People and Intellectual Property Rights*, Island Press, Washington y Covelo.
- Boyer, Robert, 1997, "Comment réguler l'économie mondiale?", *Sciences Humaines*, vol. 1, núm. 17, pp. 20-22.
- Clarke, Oz, 2000, *Enciclopedia del vino. Una guía de los vinos de todo el mundo*, Leopold Blume, Barcelona.
- Comunidad Económica Europea, 1987, *Council Regulation No. 822/87 on the Common Organization of the Market in Wine*.
- , 1990, *Commission Regulation No. 3201/90 Laying Down Detailed Rules for the Description and Presentation of Wines and Grapes Musts*.
- , 1992, *Council Regulation No. 2081/92 on the Protection of Geographical Indications and Designations of Origin for Agricultural Products and Foodstuffs*.
- Cowly, Geoffrey, 2002, "Certified organic", *Newsweek*, 20 de septiembre, pp. 50-58.
- Craven, Emily y Charles Mather, 2001, "Geographical Indications and the South Africa-European Union Free Trade Agreement", *Royal Geographical Society Journal* (con el Institute of British Geographers), vol. 33, núm. 3, pp. 312-320.
- Flores, Graciela M., 2000, *Los vinos, los quesos y el pan*, Limusa-Noriega Editores, México.
- Foster, George, 2002, *Materializing the Nation. Commodities, Consumption, and Media in Papua New Guinea*, Indiana Press, Bloomington.
- Guthman, Julie, 2002, *Back to the Land: Realizing Rent in Commodity Systems Analysis with Specific Attention to Organic Food*, ponencia presentada en el Coloquio de Otoño 2002 del Seminario de Estudios Agrarios de la Universidad de Yale.
- Harbutt, Juliet, 1999, *La enciclopedia mundial del queso*, Javier Vergara Editor-Grupo Zeta, Barcelona.
- Kazmi, Harun, 2001, "Does it Make a Difference Where that Chablis Comes From? Geographic Indications in TRIPS and NAFTA", *Journal of Contemporary Legal Issues*, núm. 12, pp. 470-474.
- Lichine, Alexis, 1988 (1980), *Encyclopédie des vins et des alcools de tous les pays*, Robert Laffont, Gran Bretaña.
- Merkis, Federico, 2001, *Appellation of Origin. Position of Chile's Vineyards in the Concert of the New World, and in Relation to the Negotiations with the European Union*, ponencia presentada en el "Simposio sobre la protección internacional de las indicaciones geográficas", Dirección Nacional de la Propiedad Industrial del Ministerio de Industria, Energía y Minería de Uruguay y la OMPI, clasific. WIPO/ GEO/MVD/01/4, documentos de la OMPI, Montevideo.
- Moran, Warren, 1993, "The Wine Appellation as Territory in France and California", *Annals of the Association of American Geographers*, vol. 83, núm. 4, pp. 694-717.
- Niekerk, J. Van, 2000, "Utilisation of Geographical Indications in a Collective Marketing Strategy: The Example of South Africa Wine Industry", *Bulletin of the Office International de la Vigne et du Vin*, núm. 73, París, pp. 831-832, 340-367.
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 1979 (1958), "Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional".
- Rivella, Ezio, 1996, "Si multiplicano i problemi legati alle indicazioni geografiche ed ai marchi", *Enotecnico*, vol. 32, núm. 6, pp. 78-81.
- Roché, Daniel, 2000, *A History of Everyday Things. The Birth of Consumption in France, 1600-1800*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Rodríguez Cisneros, Esperanza, 2001, "The Protection of Geographical Indications in Mexico", ponencia presentada en el "Simposio internacional sobre protección de las denominaciones de origen", Dirección Nacional de la Propiedad Industrial del Ministerio de Industria, Energía y Minería de Uruguay y la OMPI, Montevideo.
- Rodríguez Gómez, Guadalupe, 1999, "Weaving Quality and Power: the Domestication of Global Conventions Among Dairy Farmers in Western Mexico", *Journal of Urban Anthropology and Studies of Cultural Systems and World Economic Development*, vol. 28, núms. 3-4, pp. 327-371.
- , 2002a, *Las denominaciones de origen y el mercado de la distinción*, CIESAS-SAGARPA, Guadalajara.
- , 2002b, "Globalización y calidad: una cuestión para la reflexión", ponencia presentada en el curso de "Actualiza-

- ción en el servicio de inspección fitozoosanitaria, en puertos, aeropuertos y fronteras”, SENASICA-SAGARPA.
- , 2003a, “La fábrica de la denominación de origen del tequila: luchas de poder y la construcción de la especificidad cultural del agave azul”, manuscrito en dictaminación en *Revista Nueva Antropología*.
- , 2003b, “Geographical Indications in the Global Arena: Alternative Agriculture and Statecraft in a Neoliberal Era”, manuscrito en dictaminación en la revista *Identities*.
- , 2003c, “Labeling Tradition and the Making of Appellations d’Origine Contrôlée in Mexico: Tequila as a Novel Form of Empowerment for Third World Farmers in a Globalized Market”, ponencia presentada en el Coloquio de primavera 2003 “Hinterlands, Frontiers, Cities, and States: Transactions and Identities” del Programa en Estudios Agrarios, Universidad de Yale (manuscrito inédito).
- Roseberry, William, 2002, “The Rise of Yuppie Coffees and the Reimagination of Class in the United States”, en Carole M. Counihan (ed.), *Food in the USA. A reader*, Routledge, Nueva York y Londres.
- Sciolino, Elaine, 2003, “European Union Acts to Admit 10 Nations”, *New York Times*, diciembre.
- Scott, James, 2001, “Introduction”, en James C. Scott y Nina Bhatt (eds.), *Agrarian Studies: Synthetic Work at the Cutting Edge*, Yale University Press, New Haven y Londres.
- Stegemann, Klaus, 2000, *The Integration of Intellectual Property Rights into the WTO System*, Blackwell Publishers Ltd., Oxford y Malden.
- Taylor, Will, 2000, “Soothing the Growing Pains. Protection of Geographical Indications and Traditional Expressions”, *Australian and New Zealand Wine Industry Journal*, vol. 15, núm. 1, pp. 33-34.
- Thiedig, F. et al., 2000, “Welcome to the Club? An Economic Approach to Geographical Indications in the European Union”, *Journal Agrarwirtschaft*, vol. 49, núm. 12, pp. 428-437.
- UNTS, 1997, *Paris Convention for the Protection of Industrial Property of March 20, 1883*, documentos de UNTS, núm. 11851, vol. 828, p. 305.
- Vatin, F., 1990, *L’industrie du lait. Essai d’histoire économique*, L’Harmattan, París.
- Unwin, Tim, 2001 (1991), *Wine and the Vine: A Historical Geography of Viticulture and the Wine Trade*, Routledge, Londres.
- Wager, Hannu, 2003, “Introduction to Geographical Indications and Recent Developments in the World Intellectual Property Organization (WIPO) and the World Trade Organization (WTO)”, ponencia presentada en el “Simposio mundial sobre denominaciones de origen”, organizado por la WIPO y la United States Patent and Trademark Office (manuscrito).
- Winer, Mark, 2002, “Consumer Culture and Participatory Democracy: the Story of Coca-Cola during World War II”, en Carole M. Counihan (ed.), *Food in the USA. A reader*, Routledge, Nueva York y Londres.
- INTERNET
- http://europa.eu.int/comm/agriculture/foodqual/quali1_es.htm
- www.agriculture.gouv.fr/alim/sign/oorole-INA0.html
- www.agriculture.gouv.fr/alim/sign/appe/00ins-INA0.htm
- www.alcoholinformate.org.mx
- www.american.edu/projects/mandala
- www.champagne.fr/origine/histoire.htm
- www.champagne.fr/origine/aoc.htm
- www.eat.epicurious.com/dictionary/wine/index.ssf?DEF_ID
- www.europa.int
- www.europa.eu.int/eur.lex/es/consleg/pdf/1994/es
- www.riojawine.com/castellanos/historia.htm
- www.rree.gob.pe/economia/asuntosE/pisco/pagina7.htm
- www.southcentre.org/publications/geoindication/paper10-15.htm
- www.unc.fr/orga_prof/qui_ta_fait_rio.htm
- www.unc.fr/produits_terroirs/specialite_produits/huitres.htm
- www.wcl.american.edu/internationaltrademark/lisbon.html
- www.wipo.int/madrid/eng/legal_texts/pdf/madrid_agree.pdf
- www.wipo.int/treaties/general/parties.html
- www.wipo.org
- www.wipo.org/about-ip/en/geographicalind.htm
- www.southcentre.org/publications/geoindication/paper10-05.htm
- www.wipo.org/about-ip/en/geographical_ind.htm
- PERIÓDICOS
- El Informador* (Guadalajara, México), 1998-2002
- El Occidental* (Guadalajara, México), 1999-2002
- La Jornada* (México), 2002-2003
- Milenio* (Guadalajara, México), 2001-2003
- Público* (Guadalajara, México), 1998-2002
- New York Times*, 2002-2003
- The Wall Street Journal*, 2003
- The Wall Street Journal Europe*, 2003
- Trade & Development Monitor*, 2003