

El marketing de las identidades

Los aspectos socio-políticos de las indicaciones geográficas

Fabio Parasecoli

New York University (con el apoyo del Institut Européen d'Histoire et des Cultures de l'Alimentation Universidad de Ciencias Gastronomicas)

Resumen

Aunque los aspectos productivos, económicos y legales de las indicaciones geográficas (IG) han sido analizados ampliamente, las dinámicas sociales y políticas detrás de su establecimiento, y sus efectos sobre los diferentes sectores de las comunidades involucradas, necesitan más investigación. ¿Podrían las IG ofrecer un instrumento válido para obtener diferentes formas de agricultura sostenible, orientadas a la calidad y de raíces locales? ¿O más bien son sólo una herramienta de “marketing” basada en utopías agrarias e ideas románticas del pasado, destinadas a la transformación de productos tradicionales y artesanales en mercancías de alto precio? Este artículo examina cuáles son los elementos que están siendo incluidos, excluidos o negociados en las definiciones legales de las IG. También se explora el potencial de los instrumentos jurídicos alternativos para la protección de la producción alimentaria de las comunidades rurales en los países menos desarrollados.

Palabras claves: identidades, indicaciones geográficas, producción alimentaria, agricultura sostenible de producción.

Abstract

Although the productive, economic and legal aspects of geographical indications (GI) have been widely discussed, the social and political dynamics behind their establishment, and their effect on different sectors of the communities involved need further investigation. Can GIs become a valid tool to implement community-based, sustainable and quality-oriented agriculture? Or are they rather just a marketing tool based on agrarian utopias and romanticized ideas of the past, aimed at the commoditization and high-priced sale of traditional and artisanal products? The article will examine what elements are included, excluded or negotiated in the legal definitions of GI. The potential of alternative juridical instruments in protecting the food production of rural communities in less developed countries will also be explored.

Key words: productions identities, geographical indications, food production, sustainable agriculture.

Las indicaciones geográficas (en lo sucesivo indicadas como IG) se han convertido en un tema central para el mundo de la producción agrícola, los órganos legislativos internacionales y los juzgados en el nivel mundial. Las IG, nombres y/o signos protegidos bajo el ADPIC (el Acuerdo de la OMC sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio), se refieren principalmente al lugar de origen del producto, aunque para la definición europea, o sea la denominación de origen (en lo sucesivo indicada como DO), también el proceso de producción desempeña un papel importante (Cafferada y Pomareda, 2009; Granados y Alvarez, 2002). Aunque los aspectos productivos, económicos, y legales de las IG han sido analizados ampliamente, las dinámicas sociales y políticas detrás de su establecimiento, así como sus impactos en los diferentes sectores de las comunidades involucradas, necesitan más investigación.

Como el periodista Andrew Jefford escribió en el *Financial Times*, “Las denominaciones de origen son casi una cartografía sensual del mundo. Su premisa se basa en que no todos los lugares agrícolas son iguales, y que algunos lugares de la tierra son más adecuados que otros para la producción de ciertos alimentos o bebidas memorables” (Jefford, 2007). Tras sus ventajas comerciales, ¿podrían las IG ofrecer un instrumento válido para conseguir diferentes formas de agricultura sostenible orientada a la calidad, con raíces en las comunidades locales? ¿O más bien las IG son el resultado de lo que se ha definido como “posmodernismo básico” que construye un discurso elitista basado en la nostalgia de tradiciones inventadas? (Hobsbawm, 1992; Esteva y Suri Prakash, 1998: 10; Qazi y Selfa, 2005; Trubek, 2008).

El marco económico y legal

Los asuntos jurídicos internacionales tienden a esconder otras cuestiones de relevancia más local. De hecho, las IG son uno de los temas candentes de las negociaciones de Doha en el marco de la OMC, una ronda cuya agenda ha llevado la agricultura a la vanguardia. La UE está presionando para que su sistema de DO sea reconocido bajo un registro internacional, y pide más protección a cambio de la reducción de aranceles de importación y subsidios agrícolas. Otros países (incluyendo Australia, Nueva Zelanda, los EE.UU. y varios países de América Latina y Asia del Grupo de Cairns) proponen en su lugar un sistema voluntario basado en la creación de una base de datos internacional (WIPO, 2007). El debate es a la vez económico y cultural, ya que las IG y las DO, en cuanto a la forma de propiedad intelectual colectiva, desafían la ley, la cultura y la lógica económica de las empresas estadounidenses, orientadas hacia la propiedad individual (Daviron y Ponte, 2005: 37-43). En el caso europeo, las denominaciones de origen no pertenecen a los productores individuales, y requieren intervenciones y regulaciones de los organismos públicos regionales, nacionales, y de la Unión. Éste sistema va en contra de la esencia misma de las empresas estadoun-

idenses, familiarizadas con las marcas como protección de la propiedad intelectual bajo un nombre comercial. Las marcas pertenecen a particulares o empresas (estas últimas son tratadas como personas ante la ley), y pueden ser compradas o vendidas como un activo empresarial. Si son violadas, corresponde a la persona física o jurídica defender sus derechos sobre el nombre ante un tribunal de justicia (Barham, 2003: 129).

Los países del Nuevo Mundo también han señalado el problema de que algunos de sus nombres geográficos y de sus productos tradicionales se han convertido en productos autónomos de mucha tradición, aunque los nombres de lugares y bienes son originarios de las potencias colonizadoras que los controlaban.

Las IG como valor agregado y garantía de calidad

Desde el punto de vista económico, el valor agregado inherente a la fijación de precios de las IG podría ser considerado como una medida que va en contra de los sistemas de mercado basados sólo en la relación de precio y demanda, gracias a la importancia de otros aspectos como la cultura y tradición (Marsden, Banks y Bristow, 2000). Las limitaciones impuestas en la producción mueven la curva de oferta de manera que conduzca a un aumento en el precio, incluso cuando los costos de producción se mantengan estables.

Mientras que los precios de las IG podrían ser justificados como una compensación por la considerable inversión necesaria para el desarrollo de productos de alta calidad, y para la obtención de una IG por otra parte, podrían ser criticados como una forma de ganancia no productiva concedida a quienes poseen los derechos de las IG, como una distorsión de la competitividad, y como una barrera económica para el libre comercio y la aparición de nuevas industrias.

Los consumidores de los países más desarrollados aprecian cada vez más el papel de las comunidades y de las tradiciones locales, la destreza manual, y el saber hacer de los productores de alimentos, y sus vínculos con una cultura material históricamente determinada. IG y DO se perciben a menudo como un instrumento eficaz para reunir todos esos elementos, junto con una calidad certificada y una relación más directa entre consumidores y productores. También se supone que las IG, y en particular las DO, con reglamentos claros sobre la producción, puedan compensar la falta de información que muchos economistas consideran como uno de los principales defectos en el modelo teórico neoclásico de competencia perfecta. Sin embargo, se puede argumentar que el respeto de los protocolos de producción no garantiza la excelencia sensorial, ocultando así una información crucial para los consumidores (Linnemer y Perrot, 2000).

Las IG y las comunidades locales

Las aplicaciones concretas del concepto de IG complican los intentos en términos de regulación legal, motivación económica, protección de las tradiciones y beneficios para las comunidades locales. Varias controversias se han llevando a cabo sobre diversos temas que pueden ser ilustrados con unos ejemplos en el caso europeo.

En 1988, los panaderos locales del pueblo de Genzano, a pocos kilómetros de Roma, decidieron fundar un consorcio para definir su producto y aumentar así sus ventas agregando valor a su nombre con una IG. Sin embargo, algunos de los productores, en particular los de los hornos industriales, no estuvieron dispuestos a seguir la tradición según la cual el pan se cocía sólo en hornos de leña con madera de castaño (Squadrilli, 2008). En 1997, la IG fue concedida según la solicitud que el consorcio había sometido a raíz de la legislación europea, pero no incluyó la madera de castaño en los requisitos (Unión Europea, 1997) y una parte de la tradición fue abandonada en un reglamento que debía protegerla.

El problema de la definición del territorio cubierto por las IG hace estragos desde el comienzo del uso de la appellation para los vinos de Francia. Incluso antes de la creación de la denominación, la zona de Champagne se vio sacudida por el encendido debate entre los productores de la Marne y los de la Aube (que perdieron) para determinar quién podría utilizar el nombre (Guy, 2001). En el caso del tocino de Colonnata en Toscana, algunas empresas de la vecindad fuera de la aldea, siguen presionando para cambiar la regulación y así poder utilizar el nombre de prestigio para los tocinos que ellos producen (Benzio, 2006).

En muchos casos, el reconocimiento de una IG ha tenido un impacto positivo en algunas comunidades al permitir la prevención de la despoblación, la modernización de las culturas locales y la creación de productos sostenibles. Sin embargo, aunque se haya indicado la renta relacionada con las IG como un posible instrumento para internalizar los costos sociales y ambientales de la producción (Renting, Marsden y Banks, 2003; Ploeg y Renting, 2004), la distribución de estas ganancias entre los diferentes actores de la cadena de suministro, en gran medida varían dependiendo de las diferentes estructuras sociales y políticas locales.

Como Bowen sostuvo por medio de una comparación reveladora entre el tequila en México y el queso Comté en Francia, la eficacia de las IG en el ámbito socioeconómico y ambiental depende de la organización administrativa y de las estructuras sociales y políticas del territorio (Bowen, 2007: 2; Hinrichs, 2003). La conexión entre

IG y las prácticas ecológicamente racionales, sostenidas por relaciones laborales, y socio-económicas útiles, está lejos de ser automática. En realidad, las negociaciones políticas que preceden la creación de una IG pueden reforzar las desigualdades y la explotación de los trabajadores en beneficio de las élites locales y de las burocracias. Como la pertinencia de las IG para el comercio nacional y las economías locales se hace cada vez más clara, los países menos desarrollados y las organizaciones no gubernamentales (ONG) están haciendo intentos para proteger las producciones tradicionales que antes se consideraban como productos básicos, y que ahora podrían convertirse en alimentos de especialidad. La adopción de las IG tiene varias ventajas para los países menos desarrollados. En primer lugar, disuade los posibles registros de productos locales tradicionales bajo marcas comerciales, como sucedió en parte con el arroz Basmati (Lightbome 2003).

Mediante el empleo de los conocimientos locales y del “know-how” de los agricultores, las IG pueden estimular el espíritu empresarial en las comunidades rurales de los países menos desarrollados, asegurando así mayores ingresos, y limitando de esta manera la migración hacia los centros urbanos. Además, la protección y la reputación que ofrecen las IG pueden evitar la explotación comercial de las pertenencias locales por otras comunidades y otros actores económicos. Por último, ya que los recursos derivados del valor comercial de las IG constituyen un patrimonio común, pueden ser reinvertidos en el desarrollo de las comunidades locales y en la conservación del medio ambiente mediante cultivos sostenibles. Sin embargo, los países menos desarrollados se encuentran a menudo en una posición particularmente débil para tomar ventaja de la protección conferida por las IG, dados los costos involucrados en el establecimiento y mantenimiento de la organización administrativa necesaria para la protección de la propiedad intelectual (Evans y Blakeney, 2006).

IG y género

Por otra parte, la evaluación del impacto de las IG en ciertas comunidades no toma en cuenta, a menudo, las relaciones de género. No es raro que las mujeres, excluidas en ciertas comunidades de los sectores económicos modernos, vean su papel en la producción de alimentos o el mantenimiento de las usanzas alimentarias tergiversado, o incluso totalmente ignorado. Los conocimientos tradicionales utilizados por las mujeres para determinados productos se consideran a veces anticuados y no suficientemente modernos, de modo que cuando las normas se crean para obtener el reconocimiento administrativo como IG, los métodos productivos son cambiados para resultar más “científicos” y aceptables para los consumidores. Estas transformaciones e innovaciones son generalmente consideradas necesarias para agregar valor comercial a las posibles IG (Larson, 2007:38).

Estas dinámicas se reconocen en el caso del desi ghee, la mantequilla clarificada que se produce con los métodos tradicionales en el medio rural de la India. Este tipo de ghee es fabricado únicamente por mujeres y su producción está estrechamente conectada con el género y dificulta su comercialización, ya que “en general sólo la cantidad excedente es la que se vende, y principalmente a los familiares de los productores” (Soam 2005: 696). El desi ghee es parte de un sistema de intercambio no monetario y de relaciones sociales para mujeres que de otro modo quedarían excluidas de las actividades comerciales. Además, desde que su producción se encuentra en muchas áreas de la India, es difícil identificar una comunidad específica que podría ser indicada como posible titular de los derechos colectivos de propiedad intelectual. Otros productos relacionados con las actividades femeninas han adquirido un estatus de alimentos “gourmet” en el nivel internacional, pero solo recientemente han solicitado la atención de las autoridades locales a fin de obtener protección de las IG. El aceite de argán, que se extrae de la almendra de un árbol espinoso en la costa sur de Marruecos, originalmente sólo era utilizado en la cocina local y en aceites para hacer masajes, pero ahora es muy apreciado por “gourmets” y cocineros en todo el mundo (Moussouris and Pierce 2000; Nouaim 2005). Marruecos ha registrado el aceite de argan como IG en junio de 2009, pero todavía no ha estado involucrado en los conflictos y denuncias ante la OMC (Organización Mundial del Comercio, 2008), a pesar del registro de “Argane” como marca de una empresa europea (Origin, 2004). En el 2005, una empresa marroquí también registró “Diar Argan” como marca (Diar Argan, 2008).

Posibles alternativas a las IG

Frente a las ineficiencias, las dificultades y los debates políticos engendrados por el establecimiento de IG en varias zonas del mundo, se han realizado intentos para buscar alternativas al sistema de las IG. Por ejemplo, la asociación internacional Slow Food ha venido trabajando activamente para aumentar el potencial comercial de muchos productos que no están protegidos por una IG por medio del establecimiento de “Baluartes.”

Los Baluartes son la expresión práctica y operativa del Arca del Gusto de Slow Food lanzada en 1996, la cual descubre, cataloga, protege y promueve los productos alimenticios que tienen viabilidad económica y comercial, pero están en peligro de extinción. Por la convicción de que la identificación y catalogación de estos productos no sea suficiente para mantener su existencia, en 1999 Slow Food creó también los Baluartes, proyectos en pequeña escala destinados a ayudar a los artesanos y productores de alimentos ingresados en el Arca para establecer normas más estrictas, comprar equipo, crear las infraestructuras necesarias, como también promover y comercializar su producción. Los Baluartes no se limitan a los productos individuales,

sino que pueden proteger a las comunidades, las tradiciones y las áreas específicas a fin de garantizar la biodiversidad local (Parkins y Craig 2006; Parasecoli 2007).

Aunque no sean codificados por cualquier legislación nacional o internacional, los Baluartes son una forma de valoración que puede contar con la maquinaria sofisticada global de relaciones públicas en torno a Slow Food. Los productos de los Baluartes disfrutan de reconocimiento mundial y del interés de los “gourmets” y los medios de comunicación, con consecuencias notables en las producciones locales y los niveles de ingresos.

Otra alternativa a las IG con el fin de proteger a las comunidades rurales y promover la agricultura sostenible en los países menos desarrollados, es la posible ampliación del concepto legal del “patrimonio cultural” para cubrir también los aspectos de la cultura material, incluida la producción de alimentos. La protección de los bienes culturales ha sido desarrollada por las Naciones Unidas, y en particular la UNESCO, por medio del Convenio para la Protección de los Bienes Culturales en Caso de Conflicto Armado (1954), seguida en 1962 por la Recomendación sobre la Protección de la Belleza y el Carácter de los Lugares y Paisajes, y en 1972 por el Convenio sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural.

Estos textos legales admiten la importancia de los paisajes y del carácter natural para ciertas comunidades y sus culturas, pero su interpretación y los conceptos que constituyen su marco son objeto de debate (Blake, 2000). ¿Será que el folclor forma “parte del patrimonio universal de la humanidad” o de la identidad cultural de comunidades o pueblos específicos? La aplicación del concepto de propiedad a los recursos culturales implica una separación entre propiedad, control y acceso; como consecuencia también involucra la posibilidad de mercantilizar los elementos culturales. También se han hecho intentos para desarrollar el concepto legal de “conocimientos indígenas”, definidos como los conocimientos de una comunidad indígena (local) que han sido acumulados a través de muchas generaciones en un entorno particular, incluyendo tecnologías, habilidades prácticas y creencias (Panizzon, 2006; Sunder, 2007). La noción ha sido utilizada principalmente en el marco de proyectos de desarrollo social y económico, pero tiene potencial para ser utilizada como un arma legal en la batalla para mantener propiedades intelectuales colectivas. En India, por ejemplo, se han concedido patentes a los conocimientos indígenas relacionados con técnicas y productos, a pesar de no cumplir con los requisitos legales tradicionales de la novedad y la invención. Como consecuencia, unas patentes de productos farmacéuticos en los EE.UU. se retiraron después de una comparación con procedimientos y productos de la medicina tradicional india, como el uso de la cúrcuma en la curación de heridas y erupciones cutáneas, y de los extractos de semillas de neem (*Azadirachta Indica*) para repeler los insectos. En 1995, un Fondo Fiduciario fue constituido para comercializar el agente de la planta medicinal *arogyapaacha* (Zey-

lanicus Trichopus) y se firmó un tratado entre el Fondo y la comunidad tribal Kani que la utilizaba tradicionalmente, para transferir el 2% del ingreso a la tribu (Subba Rao, 2006: 229).

El Tratado Internacional sobre los Recursos Fitogenéticos para la Alimentación y la Agricultura de 2001 parece estar cambiando a la comunidad internacional en este sentido, de garantizar la seguridad alimentaria mediante la conservación, el intercambio y la utilización sostenible de los recursos genéticos de las plantas, así como la distribución justa y equitativa de los beneficios, en armonía con el Convenio de la Diversidad Biológica de 1992. Sin embargo, para adquirir relevancia en el ordenamiento jurídico internacional de la propiedad intelectual, recoger y distribuir los beneficios comerciales relacionadas con su utilización, los conocimientos indígenas deben ser respaldados por documentación y pruebas que demuestren su existencia previa. Si la India, debido a su milenaria cultura escrita, está bien posicionada en este sentido, entonces las civilizaciones que no adoptaron la escritura se encuentran en desventaja.

¿Podrían entonces estas extensiones jurídicas del patrimonio cultural y de los conocimientos indígenas ser utilizadas para mantener los alimentos y los productos de las poblaciones que carecen de estructuras burocráticas necesarias para conseguir su protección IG?

Bibliografía

Barham, Elizabeth (2003). Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling. *Journal of Rural Studies*, 19 (1): 127–138.

Benzio, Corrado (2006). La guerra del lardo a colpi di IGP. *Il Tirreno*, 27/10/2006: MS9.

Blake, Janet (2000) On Defining Cultural Heritage. *The International and Comparative Law Quarterly*, 49 (1): 61-85.

Bowen, Sarah (2007). Geographical Indications: Promoting Local Products in a Global Market. Annual Meeting of the Rural Sociological Society. 2-5 de agosto. Santa Clara, California.

Cafferada, Julio Paz y Carlos Pomareda (2009). Indicaciones geográficas y denominaciones de origen en Centroamérica: situación y perspectivas. Geneva, Suiza: ICTSD.

Daviron, Benoit y Stefano Ponte (2005). *The Coffee Paradox*. London. Zed Books.

Diar Argan. 2008. <http://www.diarargan.net/>

Esteva, Gustavo y Madhu Suri Prakash (1998). *Grassroots Postmodernism: Remaking the Soil of Cultures*. New York: Zed Books.

Evans, G. E. y Michael Blakeney (2006). The protection of geographical indications after Doha: quo vadis? *Journal of International Economic Law*, 9 (3): 575–614.

Granados, Leonardo y Carlos Alvarez (2002). Viabilidad de establecer el sistema de denominaciones de origen de los productos agroalimentarios en Costa Rica. *Agronomía Costarricense*, 26 (1): 63-72.

Guy, Kolleen M (2001). Wine, Champagne and the Making of French Identity in the Belle Epoque. *Food, Drink, and Identity* (editor Peter Scholliers): 163-177. Oxford: Berg.

Hinrichs, C. Claire (2003). The Practice and Politics of Food System Localization. *Journal of Rural Studies*, 19 (1): 33-45.

Hobsbawn, Eric (1992). *The invention of Tradition*. Cambridge Cambridge University Press.

Jefford, Andrew (2007). Rise of the terroiristes Appellations. *Financial Times*, Weekend. 14 de julio: 1-2

Larson, Jorge (2007). Relevance of geographical indications and designations of origin for the sustainable use of genetic resources. *Global Facilitation Unit for Underutilized Species*. Italy: Maccaresse,

Lightbome, Muriel (2003). Of Rice and Men: An Attempt to Assess the Basmati Affair. *Journal World Intellectual Property*, 6 (6): 875-894.

Linnemer, Laurent y Anne Perrot (2000). Une Analyse économique des signes de qualité. *Revue économique*, 51 (6): 1397–1418.

Marsden Terry, Jo Banks, y Gillian Bristow (2000). Food Supply Chain Approaches: Exploring their Role in Rural Development. *Sociologia Ruralis*, 40 (4): 424-438.

Moussouris, Yorgos y Alan Pierce (2000). Biodiversity links to cultural identity

in southwest Morocco: The situation, the problems and proposed Solutions. *Aridlands*, 48, November/December 2000, <http://ag.arizona.edu/OALS/ALN/aln48/moussouris&pierce.html>

Nouaim, Rachida (2005). *L'arganier au Maroc: entre mythes et réalités*. Paris: L'Harmattan.

Organización Mundial del Comercio. 2008. Morocco and the WTO. http://www.wto.org/english/thewto_e/countries_e/morocco_e.htm

Origin (2004). Dos días para elaborar una estrategia común. *Boletín*, 2: 3.

Panizzon, Marion (2006). *Traditional Knowledge and Geographical Indications: Foundations, Interests and Negotiating Positions*. Berna: NCCR.

Parasecoli, Fabio (2007). *Slow Food*. Gary Allen y Ken Albala (editores). *The Business of Food: Encyclopedia of the Food and Drink Industries*. Westport CT: Greenwood Press.

Parkins, Wendy y Geoffrey Craig (2006). *Slow Living*. Oxford: Berg.

Ploeg, Jan Douwe van der y Henk Renting (2004). Behind the 'Redux': A Rejoinder to David Goodman. *Sociologia Ruralis*, 40 (2): 233-242.

Qazi, Joan A. y Theresa L. Selfa (2005). The Politics of Building Alternative Agro-Food Networks in the Belly of Agro Industry. *Food, Culture and Society*, 8 (1): 45-72.

Renting, Henk, Terry Marsden y Joe Banks (2003). Understanding Alternative Food Networks: Exploring the Role of Short Food Supply Chain in Rural Development. *Environment and Planning A*, 35 (3): 393-411.

Soam, S.K (2005). Analysis of Prospective Geographical Indications of India. *The Journal of World Intellectual Property*, 8 (5): 679-705.

Squadrilli, Luciana, (2008). Sergio Bocchini e il pane di Genzano. *TigullioVino.it*, 12 diciembre 2008. http://www.tigullioVino.it/dettaglio_articolo.php?idArticolo=88

Subba Rao, Siriginidi (2006). Indigenous knowledge organization: An Indian scenario. *International Journal of Information Management*, 26 (3): 224-233.

Sunder, Madhavi (2007). *The Invention of Traditional Knowledge*. Law and Con-

temporary Problems, 70 (2): 97-124.

Trubek, Amy (2008). *The Taste of Place: A Cultural Journey into Terroir*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.

Unión Europea (2007). Reglamento (CE) N° 2325/97 de la Comisión de 24 de noviembre de 1997. Diario Oficial de las Comunidades Europeas, 25/11/1997, No. L 323/33. Bruselas.

WIPO. 2007. Geographical Indications: From Darjeeling to Doha. Wipo Magazine 4, http://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2007/04/article_0003.html