

¿Qué es un producto típico certificable mediante IG/DO en el contexto Latinoamericano? Ejemplos a partir de casos argentinos

Marcelos Chanpredonde
INTA, Argentina

Resumen

Las Indicaciones Geográficas Calificadas (IGC), Indicación Geográfica y Denominación de Origen son sellos de certificación que comunican, simultáneamente, que un producto determinado posee una calidad específica y que esta es originada fundamentalmente por el territorio del cual proviene. En el contexto argentino cada producto constituye una referencia identitaria para la gran mayoría de los pobladores locales, independientemente de su origen étnico.

Palabras clave: Indicaciones Geográficas Calificadas, Denominación de Origen, Latinoamerica, Argentina,

Abstract

Qualified Geographical Indications (IGC), Geographical Indication and Designation of Origin certification seals are reported simultaneously that a product has a specific quality and that this is caused mainly by the territory from which it came. In the Argentine context each product is a reference identity for the vast majority of local people, regardless of their ethnicity.

Keywords: Qualified geographical indications, appellation of origin, Latin America, Argentina,

Introducción

Las Indicaciones Geográficas Calificadas (IGC), Indicación Geográfica y Denominación de Origen, son sellos de certificación que comunican, simultáneamente, que un producto determinado posee una calidad específica y que la misma es originada fundamentalmente por el territorio del cual proviene. En general las leyes de los distintos países hacen mención a términos como tipicidad, calidad particular o renombre de los productos certificados.

Nuestra reflexión busca precisar criterios para definir ¿qué se entiende por un producto típico en el contexto latinoamericano?.

Esta vasta región se caracteriza por el contraste entre territorios, dominados unos por sociedades multiculturales o híbridas, con fuerte presencia de corrientes migratorias recientes, y otros en los que predominan culturas autóctonas. Surgen, entonces, interrogantes sobre cómo caracterizar, por ejemplo, el anclaje territorial de productos propios a las diversas culturas que coexisten en un mismo espacio geográfico. En este contexto ¿Qué productos pueden ser calificados en términos de típicos y cuáles no?, ¿Cuál es la relación entre la cultura migrante que los introdujo y la tipicidad del producto?, ¿Podemos calificar en términos de locales a este tipo de productos?, ¿Cuál es y cómo caracterizar la relación producto-territorio en estos casos?, ¿Qué productos típicos pueden ser valorizados mediante una IGC?

¿Qué se entiende por un producto típico?

El término típico conoce dos acepciones. La primer acepción del término hace alusión a la propiedad de ser peculiar de un grupo, país, región, época, etc.. Por ejemplo, el consumo masivo de arroz es típico de las culturas orientales.

La segunda acepción del término típico, hace referencia al producto característico o representativo de un tipo o modelo, del que reproduce las características. Es decir, un determinado producto puede ser identificado por sus particularidades y ser diferenciado de productos similares. Por ejemplo, los Salames producidos en Colonia Caroya, en Argentina, presentan un conjunto de características organolépticas y de apariencia, comunes, que los identifica y los diferencia de salames producidos en otras zonas. Podemos decir que se puede identificar un salame tipo, que se produce solamente en Colonia Caroya.

Al analizar la tipicidad de productos, Casabianca F. y otros afirman que ésta *“puede ser definida como la conjugación de múltiples propiedades: la propiedad de pertenecer a un tipo basado sobre saberes, y la propiedad de ser distinguido de productos similares”... “Esas propiedades reposan sobre saberes distribuidos entre numerosos actores incluyendo los productores de materias primas, los transformadores, los autores de la reglamentación, los consumidores- conocedores ...¹”* (Casabianca F. y otros, 1996)

La tipicidad del producto remite entonces a un grupo humano de referencia en el cual están distribuidos los saberes en los que se sustenta su calidad específica. Ésta permite diferenciarlo de productos similares. Esos saberes, fundamentalmente los no codificables, son compartidos por miembros de una misma comunidad.

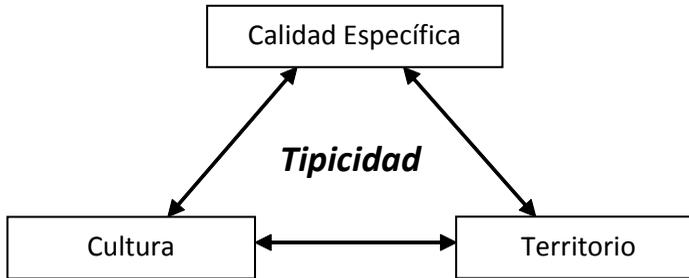
La concepción de estos sellos de calidad por el origen geográfico, en territorios supuestamente “uniculturales”, parece “más simple” de definir que en el caso de comunidades multiculturales, sometidas constantemente a procesos de inmigración y por ende, de mestizajes étnicos.

La definición de tipicidad comprende los aspectos de ser propio de un determinado grupo humano y de poseer una determinada calidad específica que define un tipo. En esta interacción debemos considerar, además, la influencia que puede ejercer sobre la misma el

territorio. Esto nos conduce a considerar la tipicidad como la resultante de la interacción entre el territorio en el cual se desarrolla este proceso, la cultura del grupo humano de referencia dentro de la cual evoluciona la misma y la calidad específica del producto en cuestión.

1 De nuestra traducción

Figura N° 1. Principales factores que interactúan en la definición de la tipicidad de un producto



Basados en los aportes del geógrafo Frayssignes (2006) consideramos que las interacciones presentadas en la figura N° 1 pueden ser analizadas en términos de anclaje. Por un lado considerando el anclaje del producto en la cultura dentro de la cual evoluciona. Por otra parte, la relación entre esa cultura y el territorio. Es decir, del anclaje del producto en una determinada cultura y del anclaje del grupo humano de referencia, portador de dicha cultura, en un determinado territorio.

El anclaje de los productos agroalimentarios

El término anclado hace referencia al fenómeno por el cual, un determinado objeto está sujeto o aferrado a un determinado sustrato. En nuestro análisis consideramos como “sustrato”, en el cual se anclan se pueden anclar los productos agroalimentarios, a una cultura determinada, ó a un territorio² dado. Es en el contexto de estos anclajes en el que es definida la calidad de cada producto.

Al considerarlo en términos de anclaje se pone de manifiesto el carácter de transitorio de este fenómeno. Es decir, a lo largo del tiempo, un producto que se ancla en un sustrato, en un momento determinado, puede desanclarse en una etapa posterior. En el caso de los productos agroalimentarios, consideramos que el anclaje puede variar, en función de la evolución de los factores que lo determinan, es decir de las transformaciones socio-territoriales.

² En el contexto de este trabajo diferenciamos en forma arbitraria a la cultura migrante, cuya masa de hechos culturales se corresponde predominantemente con los de la cultura del territorio de origen. Cultura local se entiende por una cultura relativamente estable, resultado de un anclaje territorial de “larga data”.

Caracterizar el anclaje de los productos agroalimentarios nos conduce a considerarlo como la resultante de los siguientes procesos:

a) la inserción del producto dentro del repertorio de elementos que conforman la masa de hechos culturales del grupo humano de referencia.

Considerando los aportes de Jiménez G (1996), las características de los productos son a la vez el resultado de la implementación de conocimientos propios a una determinada cultura. Los usos de ese producto y la percepción de su calidad también se desarrollan en el contexto de esa misma cultura.

Por otra parte, los productos agroalimentarios constituyen elementos de comunicación entre miembros de una misma cultura. Los ritos que acompaña el consumo, las ocasiones en que se lo elabora, consume, se comparte con terceros o se lo ofrece a los dioses, las festividades asociadas, etc. constituyen instancias de comunicación.

Jiménez G. identifica tres dimensiones analíticas que componen lo que denomina como la masa de hechos culturales: La cultura como comunicación, como almacenamiento de conocimientos y como visión del mundo. Esas tres dimensiones que conforman la cultura, estructuran los procesos de producción/extracción, transformación y calificación de los productos. Al interior de esa misma cultura se desarrollan diversas redes de intercambios, dentro de las cuales tanto los saberes o conocimientos³ movilizados, como las características de los productos, evolucionan en el tiempo.

b) la capacidad del producto en constituirse en una referencia identitaria para ese mismo grupo humano.

El hecho de que los productos formen parte de la masa de hechos culturales, implica que los miembros de esa cultura los reconozcan como una parte constitutiva de su propia identidad. Esto implica, además, un reconocimiento externo al grupo humano de referencia y al producto

c) el anclaje territorial del grupo humano que lo produce, transforma, comercializa y consume.

3 En el presente trabajo se considera como sinónimos a los términos saber y conocimiento

Según el geógrafo francés, Frayssignes J. el anclaje territorial puede ser considerado como un diálogo entre el grupo humano de referencia y el territorio, “inscripto en el tiempo, donde los procesos se responden mutuamente en una relación sistémica de recursividad. La intencionalidad corresponde a la acción de anclarse, mientras que la no intencionalidad corresponde a un estado (estar anclado)” (Frayssignes J 2005).

En un sentido, “estar anclado” en un territorio implica que este último “es movilizado como una “matriz” que deforma la racionalidad de las lógicas económicas y que gobierna en parte las prácticas y las representaciones de los actores. Las dinámicas que participan en la producción territorial generan un conjunto de reglas, de “pesanteurs”⁴, de normas, que restringen la estrategia. Este carácter de inintencional del anclaje nos acerca al concepto de pertenencia a la cultura local.

En el sentido inverso el actor “se ancla” en el territorio en un proceso intencional, movilizando en sus estrategias, elementos territoriales a través de la inserción en redes de relaciones locales y del uso de recursos locales (Frayssignes J., 2005).

Se concluye que la interacción entre la cultura, el territorio y la calidad específica de los productos, puede ser caracterizada al considerar el proceso de anclaje. El anclaje del grupo humano resulta de procesos conscientes y no conscientes en los que el territorio y el grupo humano se influyen mutuamente en un proceso de evolución continua. La transformación de la cultura local, constituye el centro de dicho proceso. Es decir, la transformación de la masa de hechos culturales, determinan la transformación de las características, los usos y el valor simbólico de cada producto. En la medida en que la evolución de su calidad evoluciona como parte de la transformación de la masa de hechos culturales, la población local lo reconoce como una de sus referencias identitarias.

Hasta aquí hemos considerado la génesis de la tipicidad de productos agroalimentarios en contextos de territorios uniculturales. Un nuevo interrogante surge al considerar los movimientos migratorios y la llegada de nuevas colectividades a la comunidad local. Se torna importante, entonces, definir las diferencias entre los productos anclados en culturas migrantes, de aquellos anclados en las culturas locales. Debemos considerar además, el impacto de los procesos migratorios sobre la tipicidad de los productos.

4 Pesanteurs: en esta frase se traduciría como conjunto de fuerzas que retrasan una evolución

Anclaje y tipicidad de los productos

Tal como fuera definida, la tipicidad de todo producto remite a un grupo humano de referencia en el cual están distribuidos los saberes que se sustentan su calidad específica. Ésta permite diferenciar un “tipo” de producto de otros similares. Recordemos que los saberes, fundamentalmente los no codificables, son compartidos por miembros de esa misma cultura.

Sin embargo, queda abierto el interrogante de cómo definir a aquellos productos agroalimentarios que no adquieren una determinada calidad específica. ¿Cuál sería la relación entre el anclaje cultural de un producto y la tipicidad del mismo?.

Proponemos definir el anclaje cultural de un producto a partir de su pertenencia a la masa de hechos culturales propios al grupo humano de referencia sin que exista, necesariamente, una calidad específica. Definimos el anclaje territorial de un producto, dada su propiedad de formar parte de la masa de hechos culturales (incluyendo las actividades productivas y de consumo) de la comunidad local.

Por su parte, tal como lo definirían Casabianca y otros, la tipicidad es definida por la presencia de una calidad específica en el producto, cuando ésta resulta de la incidencia de prácticas y conocimiento (saberes) propios a la cultura del grupo humano de referencia. Definida en estos términos, la tipicidad territorial de un producto es aquella que resulta de la influencia de factores territoriales, incluyendo los factores medioambientales y humanos (considerando al conjunto de prácticas) locales (Casabianca y otros, 2006).

A partir de dicha definición, proponemos definir a la tipicidad cultural como a aquella determinada por un conjunto de prácticas que forman parte de la masa de hechos culturales propios a una determinada colectividad de referencia. En este último caso, consideramos que la calidad específica del producto se debe prioritariamente a la movilización de saberes distribuidos entre los miembros de una determinada colectividad, “independientemente” del lugar en que se encuentren los mismos.

Según las definiciones propuestas pueden existirían productos con anclaje cultural, pero sin que éstos puedan ser considerados en términos de típicos. Esto se explicaría por la ausencia de una calidad específica. En el sentido inverso, todo producto típico, conocería un anclaje cultural y la mayoría de ellos un anclaje territorial.

Una consideración especial nos merecen aquellos productos que permanecen en la memoria de los mayores, pero de los que se han perdido los conocimientos que permitirían su producción y elaboración. Desde nuestra óptica, estos productos pueden ser considerados como anclados en la memoria de una cultura, pero difícilmente en términos de típicos.

2. La tipicidad de los productos en los distintos contextos territoriales de América Latina

En América Latina encontramos un abanico de comunidades con situaciones culturales y territoriales contrastantes. En un gran número de comunidades predomina la cultura aborigen, en otras las culturas inmigrantes y en la gran mayoría identificamos lo que García Canclini (1996) denomina como culturas híbridas⁵. El autor entiende por hibridación a los “procesos socioculturales en los que estructuras o prácticas discretas, que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas” (García Canclini, 2006)

Un ejemplo de productos que emergen y se transforman en este proceso de hibridaciones culturales lo constituye la empanada. El principio de preparar un producto constituido por una mezcla de carne y demás aderezos, recubierta por una masa y luego cocidos, se remonta a prácticas desarrolladas por los persas dos mil quinientos años antes de Cristo. Con los sucesivos movimientos migratorios determinados por invasiones y conformaciones de nuevos imperios, la empanada llega al norte de África y en el siglo VIII, de la mano de los moros, a España.

Con la invasión de los españoles a partir del siglo XV, llega la empanada al continente americano. En el proceso de mestizaje entre los españoles y los pueblos aborígenes

5 ¿Cómo fusiona la hibridación de estructuras o prácticas sociales discretas para generar nuevas estructuras y nuevas prácticas? A veces esto ocurre de modo no planeado, o es resultado imprevisto de procesos migratorios, turísticos o de intercambio económico o comunicacional. Pero a menudo la hibridación surge de la creatividad individual y colectiva. No sólo en las artes, sino en la vida cotidiana y en el desarrollo tecnológico ... En un mundo tan fluidamente interconectado, las sedimentaciones identitarias organizadas en conjuntos históricos más o menos estables (etnias, naciones, clases) se reestructuran en medio de conjuntos interétnicos, transclasistas y transnacionales. Las maneras diversas en que los miembros de cada etnia, clase y nación se apropian de los repertorios heterogéneos de bienes y mensajes disponibles en los circuitos transnacionales genera nuevas formas de segmentación. (García Canclini N., 1996)

la empanada fue conociendo múltiples transformaciones, en función de las materias primas disponibles en cada región y de los hábitos alimenticios de las diversas comunidades. Las distintas corrientes migratorias que se fueron sumando a través de los siglos, fueron aportando elementos culturales que determinaron transformaciones localizadas de la empanada.

En la actualidad encontramos, por ejemplo, en Costa Rica empanadas rellenas con carnes deshilachadas, aderezadas, y recubiertas por una masa preparada con harina de maíz. Esta práctica de confección de la masa, del relleno y del armado de la empanada difiere sustancialmente, por ejemplo, de las prácticas generalizadas en Argentina.

En las distintas regiones de Argentina las empanadas se preparan con harina de trigo. Pero se constata una gran diversidad de características, correlacionada con una importante diversidad cultural. Los elementos que componen el relleno y los condimentos varían a lo largo y a lo ancho del país. En algunos casos los componentes de la masa varían en función de las materias primas locales. En zonas cercanas a los ríos y al mar, algunas familias preparan empanadas de pescado. Pero en gran parte del País predominan las empanadas de carne vacuna.

Otras fuentes de variación tienen que ver con las corrientes migratorias. Por ejemplo, en el Noroeste argentino, al igual que en algunas otras regiones del País, la carne vacuna es cortada a cuchillo. Una particularidad regional es que al momento de consumirlas se exprime jugo de limón sobre el relleno. Esta última práctica coincide con una fuerte presencia local de una corriente migratoria, relativamente reciente, de origen árabe.

La consideración del fenómeno de hibridación cultural como un proceso permanente pone en evidencia la dificultad de caracterizar la génesis y evolución de la tipicidad. Consideramos a esta como la resultante de la interacción entre Cultura-Calidad Específica del producto-Territorio. Si quedaba clara la relación entre una cultura “homogénea” y la calidad específica del producto, esa relación es menos clara cuando consideramos el impacto de los fenómenos de migración de las poblaciones humanas, sobre la tipicidad de los productos.

Nos enfrentamos entonces ante la necesidad de caracterizar la relación Cultura-Calidad Específica del Producto-Territorio, tanto en comunidades con un arraigo ancestral en un determinado espacio geográfico, como en aquellas que han experimentado en forma más o menos reciente la afluencia de importantes corrientes de inmi-

gración. Es decir, debemos considerar las particularidades del proceso de adquisición de una determinada calidad específica asociada al territorio. Este proceso lo hemos denominado en términos de localización de la calidad (Champredone, 2008).

Al analizar el proceso de localización de la calidad de productos anclado en culturas inmigrantes, que llegaron a Argentina en la primera mitad del siglo XX, lo hemos caracterizado como la resultante de dos procesos simultáneos (Champredone y otros, 2007):

a) un proceso de difusión local de los saberes (relacionados a la producción y/o a la transformación de las materias primas, la elaboración del producto o su consumo dentro de la población local.

Este proceso está ligado a la emergencia y modificación continua de las redes sociales que se generan en la vida cotidiana de la comunidad. Es dentro de estas redes por donde circulan y evolucionan los conocimientos locales (Bruckmeier K. y Tovey H., 2007). La evolución en la configuración de estas redes son las que acompañan los procesos de hibridación entre culturas que convergen en un mismo espacio geográfico.

b) un proceso de especificación de la calidad del producto. Es decir, de la adquisición de una calidad específica. Como fuera descripto, esta calidad específica descansa sobre diversos saberes locales, entre ellos los que permiten identificarlo y diferenciarlos de productos similares.

Para poder calificar a un producto en términos de típico, debería considerarse también la primera acepción de ese término, es decir, peculiar de un grupo, país o región. Esto demanda de una mirada externa al grupo humano de referencia que reconozca al producto como parte de la cultura local. Este proceso de reconocimiento externo implica, además, que el producto sea considerado por el grupo de referencia como propio. Es decir, se acompaña de un proceso de “apropiación” del producto por parte de la población local⁶.

El proceso de localización de la calidad del producto se desarrolla entonces en tres di-
6 El producto en cuestión se constituye así en un referente identitario para la colectividad local (Delfosse C., 1996) y es asumido por la misma como parte de su patrimonio. Se cumple así un proceso de patrimonialización del producto (Bustos Cara R., y otros 2004)

menciones: a) difusión local de saberes b) especificación de la calidad, y c) “apropiación” por parte del grupo de referencia.

Al analizar el proceso de localización de cuatro productos en la comunidad de Goyena, en el sudoeste bonaerense, hemos puesto de manifiesto que, a partir de las relaciones entre miembros de distintas culturas inmigrantes, los productos ocupan diferentes lugares en la simbología de comunidades multiculturales. Esto significa, a su vez, que la difusión y localización de los saberes asociados a los distintos productos presenta grandes diferencias. Esto explica las divergencias en los procesos de anclaje territorial de cada producto en función de la estructura social y cultural de la comunidad en la cual es producido y consumido (Champredonde y otros, 2007).

Las particularidades de estos procesos revelan la relación estrecha entre los procesos de integración/exclusión cultural y la tipicidad de los productos (en los casos en que existe la especificación de la calidad). Sin embargo, la relación, lejos de ser directa, varía entre los diferentes productos cultivados o extraídos, elaborados y consumidos en un determinado espacio geográfico y aún dentro de un mismo grupo humano de referencia.

2.1 Productos con Tipicidad Cultural y Productos con Tipicidad Territorial en América Latina

En América Latina se reconocen situaciones bien contrastantes respecto a la conformación étnica y cultural de las comunidades. Encontramos por un lado, a algunas comunidades aborígenes más o menos aisladas de la sociedad occidental. Por otro lado a ciertas colonias de inmigrantes, que han mostrado una escasa apertura hacia el mundo exterior. Estas colonias se instalaron en América “recientemente”, es decir a fines del siglo XIX o durante el siglo XX.

En el sudoeste de la región pampeana argentina, encontramos, por ejemplo, los casos de la colonia menonita (1987), de asentamientos Bolivianos recientes (década de 1970) y de colonias compuestas mayoritariamente por descendientes de Alemanes del Volga (fines del siglo XIX) (Tulet J.C., Albaladejo C. y Bustos Cara R.).

Si consideramos los productos elaborados y consumidos por estas últimas comunidades, encontraremos que, en algunos casos, el nombre de los platos, y los saberes movilizados en su preparación y consumo, están fuertemente anclados en la cultura inmigrante. En estos casos, el saber transformar las materias primas y preparar cada producto y, frecuentemente, el saber degustar, están distribuidos casi exclusivamente entre los

miembros portadores de esa cultura, “independientemente”⁷ del espacio geográfico en el que se ha implantado cada comunidad.

Por ejemplo, platos como el kevikelder o el Kartoffel und Klees, son actualmente preparados por los alemanes del Volga asentados tanto en el sudoeste de la provincia de Buenos Aires, como en las colonias distribuidas en la provincia de Entre Ríos (distantes en 900 Km.). Probablemente se preparen también en los asentamientos de alemanes del Volga implantados en Brasil y en otros países de América.

Lógicamente, los itinerarios técnicos para la preparación de esos platos presentan ciertas variantes entre familias de una misma comunidad. Esas mismas variantes se constatan entre los distintos asentamientos de alemanes del Volga diseminados en Argentina. Por ejemplo, la preparación del Kevikelder puede variar, en el espesor de la masa o en el uso de levaduras. Estas variantes se pueden comprobar entre dos familias que habitan en San Miguel Arcángel en el sudoeste bonaerense. Pero se pueden encontrar también dentro de una colonia de origen alemán en Entre Ríos. En ese caso, comprobamos que la preparación del Kevikelder puede ser similar en dos familias que están a 900 Km. de distancia y diferir entre familias vecinas.

En este caso comprobamos que el territorio ha inducido variaciones mínimas frente a las recetas originales y que la variabilidad en las formas de prepararlas se registran dentro de la misma cultura, “independientemente” de su emplazamiento. En este caso consideramos que la tipicidad se debe más a la influencia de la cultura migrante, que a la influencia del territorio. Esto los aproxima de lo que hemos denominado como productos con tipicidad cultural⁸.

Si incorporamos en el análisis la dimensión temporal, encontramos que un producto con tipicidad cultural puede transformarse, al compás del anclaje territorial de la comunidad, en un producto con identidad territorial.

7 Al hacer referencia en términos de “Independientemente”, nos proponemos resaltar la importancia del peso de la cultura migrante sobre la tipicidad del producto. No desconocemos, por ello la evolución de la cultura en el proceso de anclaje territorial de la comunidad y de la influencia de ese proceso sobre la tipicidad del producto.

8 Una segunda hipótesis nos conduce a postular que se trataría de un mismo territorio. En ese caso, se deberían analizar las particularidades del producto a escalas territoriales más amplias. Por ejemplo, a nivel de países del Mercosur

Otra posibilidad, es que un producto pierda su tipicidad (tanto cultural como territorial) a partir de las evoluciones territoriales. Generalmente, esta pérdida de tipicidad se da a partir de la incorporación masiva de innovaciones basadas en conocimientos codificables y transferibles. Es el caso de las carnes vacunas producidas en sistemas de crían intensivos en la región pampeana argentina en el que la tipicidad que sería acordada por la movilización de múltiples saberes, tanto en las etapas de selección genética, producción a campo, preparación y consumo, se verían marginados por la generalización de sistemas de engorde intensivos (Champredonde M., 2008).

Un ejemplo de producto con anclaje cultural lo constituye la producción, elaboración y consumo de quesos en algunas las denominadas cuencas lecheras de la región pampeana. En zonas como la de Tandil, por ejemplo, la producción láctea y la elaboración de quesos es una de las componentes importantes de la cultura local desde la fundación misma de la ciudad.

Sin embargo, las prácticas de producción y de elaboración locales no difieren de las del resto de la región pampeana. De hecho, la gran mayoría de los quesos producidos en la región pampeana argentina, son producidos mediante prácticas de producción industrial, en la que las maquinarias, los fermentos y los métodos de maduración de los quesos corresponden con saberes altamente deslocalizables.

Por ende, la calidad de los quesos producidos localmente no presentan un perfil definido que los diferencie de los de otras zonas de la región pampeana o del resto del país. En este caso podemos calificar a los productos lácteos locales como productos con anclaje cultural. Pero la ausencia de una calidad específica no nos permite calificarlos en términos de productos típicos.

2.2 La génesis de la tipicidad en las sociedades multiculturales.

Constatamos que, a partir de la afluencia de poblaciones inmigrantes, en un mismo espacio geográfico pueden convivir productos con tipicidades diversas. En espacios geográficos en los que se cuenta con gran diversidad de corrientes inmigratorias, encontramos productos cuya elaboración y consumo se restringe exclusivamente al contexto de la vida familiar. En estos casos los productos son identificados con la colectividad de origen de esa familia y los consideramos como productos con anclaje cultural⁹.

⁹ En la medida que los mismos presentan una calidad específica y resultan de un proceso de definición y apropiación por parte de dicha comunidad lo calificamos

mallorquina en la localidad de Goyena, la cual es elaborada y consumida en el seno de dos o tres familias de origen mallorquín.

Otros productos que inicialmente tienen un anclaje cultural, sobrepasan la frontera de la familia o de la colectividad, y logran una difusión mayor, para alcanzar a gran parte de la comunidad local

Sin embargo, la difusión local del producto no es condición suficiente para que el mismo sea considerado típico y menos aún para que su tipicidad sea objeto de proyectos de valorización del producto. Por ejemplo, en nuestra reflexión sobre la localización de los productos de origen mallorquín en la localidad de Goyena, encontramos la gran difusión local de los saberes propios a la elaboración y sobre todo al consumo de un embutido denominado sobrasada.

A su vez, este producto constituye una referencia identitaria para la gran mayoría de los pobladores locales, independientemente de su origen étnico. Sin embargo, no se ha probado aún que este producto posea una calidad específica asociada al territorio, es decir que difiera sustancialmente de la sobrasada que se elabora y consume en Mallorca o en otras zonas de Argentina.

La asociación entre la tipicidad territorial de un producto y el territorio, estaría relacionada entonces, en el caso de las comunidades multiculturales, a la integración de la cultura inmigrante con las culturas presentes en el territorio a su llegada y a la calidad particular que el mismo puede adquirir en el nuevo territorio.

Por otra parte, las escalas territoriales en las cuales se desarrollan estos procesos de integración cultural y de especificación de la calidad, constituyen una primera aproximación a la posible delimitación del área en la cual se reconozca la tipicidad del producto. Sin embargo, la delimitación efectiva del “terroir” resulta del mismo proceso de acuerdos en los que se apoya la reconstrucción de la tipicidad del producto.

3. La reconstrucción de la tipicidad en un proceso de valorización de los productos

La tipicidad es definida, no solamente como una característica intrínseca del producto sino como el emergente de un proceso de reconstrucción basado en acuerdos entre los actores implicados en el proceso. Esos acuerdos se construyen, necesariamente, sobre la base de identidades territoriales comunes. En la mayoría de los

en términos de producto con tipicidad cultural.

casos, sobre identidades territoriales que resultan de procesos de hibridación de culturas

Por otra parte, identificar y caracterizar un producto por su tipicidad no implica volver al pasado o intentar reproducir la calidad que tenía el mismo, por ejemplo a principios del siglo XX. Implica la movilización de los actores que componen un Sistema Agroalimentario Localizado (SIAL)¹⁰ con el objetivo de identificar los factores territoriales que, a su juicio, le confieren una cierta tipicidad al producto en cuestión. Pero en el contexto territorial, histórico y de mercado actual.

Se trata en definitiva de un proceso de construcción, o mejor dicho de reconstrucción, situado en un espacio y en un tiempo dado. Evidentemente, la resultante de este proceso está condicionada por las características de los actores involucrados en el proceso de reconstrucción y por la naturaleza de sus saberes.

3.1 Identificar y caracterizar los factores que confieren tipicidad territorial a los productos

El factor fundamental sobre el cual se sustenta la tipicidad territorial de los productos es el humano. Esta influencia se concretiza a través de la movilización de los savoir-faire¹¹ tanto en las etapas de producción de materias primas, en su transformación y en elaboración del producto como en el consumo.

Los autores Bouche R. y Bordeaux C. (2006), al analizar la evolución de los saberes locales, identifican los factores que interactúan en la determinación de la calidad particular de un producto local. En función de esos aportes consideramos que la tipicidad territorial de un producto evoluciona, a partir de la interacción entre:

10 Los Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL) han sido definidos como «organizaciones de producción y de servicios (unidades de producción agrícola, empresas agroalimentarias, comerciales, de servicios, gastronómicas....) asociadas por sus características y su funcionamiento a un territorio específico. El medio, los productos, las personas, sus instituciones, su saber hacer, sus comportamientos alimentarios, sus redes de relaciones se combinan en un territorio para producir una forma de organización agroalimentaria en una escala espacial dada». (Cirad-SAR, 1996; Muchnik y Sautier, 1998).

11 se define como « el conjunto de competencias adquiridas, incorporadas, transmitidas, que se manifiestan en el acto técnico y que suponen la movilización de numerosos conocimientos y representaciones ». (Bouche y Bordeaux 2006)

- a) El medio natural con sus especificidades.
- b) (Eventualmente) la presencia de una genética específica. Esta es producto de una selección dirigida por la población local dada su adaptación a las prácticas y a los sistemas de producción locales.
- c) Los Savoir-faire Colectivos Localizados. Es decir, los conocimientos no codificables que son compartidos por los actores locales implicados en cada etapa de un SIAL.

Bruckmeier K. y Tovey H. (2007), en coincidencia con Bouche y Bordeaux reconocen dos aspectos fundamentales en la evolución de los saberes no codificables locales: los aspectos técnicos propiamente dichos denominados por los autores en términos de “conocimientos técnicos locales”¹². Incluimos en este punto a los dispositivos técnicos y maquinarias utilizados en las prácticas locales.

Por otra parte, los autores identifican los aspectos relacionales involucrados en la acción a los que denominan como “conocimientos “tácitos”. Este conocimiento es definido por los autores como a aquel “que usamos, de manera más o menos inconsciente, para manejar nuestras relaciones con las demás personas. Se crea a través del proceso normal de socialización. Esto pone de manifiesto la importancia de las redes sociales en la transmisión y evoluciones de los conocimientos locales.

La consideración de los “conocimientos tácitos” nos permite comprender también el por qué la distribución de los conocimientos técnicos locales no es uniforme dentro de la población local. Los procesos de innovación técnica local, incluyendo la incorporación de conocimientos científicos, se da en el seno de redes sociales y profesionales. La presencia de las distintas redes socio-profesionales contribuye a la diversidad de conocimientos técnicos locales.

Otro de los aspectos importantes de los “conocimientos tácitos” es que, además de facilitar la comunicación de los actores en un contexto de acción, contribuyen a “la definición de los límites de la comunidad, o límites territoriales, y señala quién es “uno de los nuestros” y quién es un “afueri-
 12 Según los mismos autores “el conocimiento local no sólo se desarrolla a partir de la experiencia local, sino que incluye una continua admisión y reflexión de un conocimiento distinto y externo en tanto puede ser importante para la acción local”

no” (Bruckmeier y Tovey, 2007)

Constamos, entonces la diversidad de conocimientos locales relativos a la producción, elaboración y consumo de un producto local. Consecuentemente, existe una cierta diversidad de características que puede reconocer un producto considerado como típico. Esto nos conduce a interrogarnos sobre las particularidades y el impacto del proceso de definición del producto que se requiere en todo proceso de certificación por el origen.

3.2 El proceso grupal de reconstrucción de la tipicidad para su valorización

La necesidad de identificar y caracterizar los factores que confieren tipicidad a un producto se presenta fundamentalmente en ocasión de la emergencia de proyectos de diferenciación y valorización. Por ejemplo en el proceso de construcción de una Indicación Geográfica Calificada.

En este contexto, la tipicidad reconstruida y los límites de su área de producción son fuertemente determinados por las particularidades mismas del proceso. En dicho proceso el factor más influyente es el humano.

Partimos de la consideración que dentro de un SIAL, y de un mismo espacio geográfico, existen múltiples redes socio-técnicas. Al interior de las mismas se puede identificar una cierta diversidad de prácticas de producción/elaboración, con la consecuente diversidad de calidades del producto en cuestión.

Traducido a términos de certificación mediante IGC diríamos que, en función de la conformación del Consejo de Promoción del producto¹³, se seleccionan redes socio-técnicas. Por ejemplo, al reconstruir la tipicidad de un lácteo o de un chacinado, el Consejo de Promoción del producto puede estar conformado principalmente por grandes industriales.

Así, el primer factor humano que influye directamente sobre la tipicidad reconstruida, es la conformación de un grupo humano de referencia al constituir el Consejo de Promoción de un producto. Esto implica la selección de redes socio-técnicas y por lo tanto, una posible restricción en el abanico de conocimientos y de prácticas implementadas. Se delimitaría así, un abanico más restringido de calidades aceptadas y aceptables en los protocolos (Casabianca, Letablier, 1995).

13 Según lo estipula la ley N° 25.380

Esta delimitación direcciona las innovaciones técnicas y organizacionales. Recordemos que la incorporación de nuevos conocimientos en las prácticas locales, debería realizarse en un marco de preservación de la tipicidad del producto. Esto requiere de una identificación previa de los factores que le confieren esa tipicidad¹⁴.

El segundo factor humano determinante sobre la tipicidad reconstruida es el dispositivo de investigación que acompaña al proyecto de valorización. En función de las disciplinas implicadas en los equipos de investigación y de las especializaciones y equipamientos disponibles dentro de ese equipo, se generará la información que apoya la elaboración de protocolos.

Por último, el tercer factor humano que influye en este proceso de reconstrucción es el de los funcionarios de los organismos de Estado involucrados en el proceso de atribución del sello de calidad por el origen. En función de la orientación política y técnica que se le otorgue a los sellos de calidad, las exigencias y sugerencias brindadas al Consejo de Promoción pueden determinar trayectorias diferentes en el proceso de reconstrucción de la tipicidad.

Un factor determinante en el proceso de reconstrucción de la tipicidad es la escala territorial en la cual se desarrolla este proceso. Frecuentemente, la escala territorial corresponde con aquella en la que es posible movilizar a los actores de un SIAL en un proceso de valorización del producto. Es decir, también en esta dimensión el factor humano es determinante.

En primer lugar, así como la delimitación de las prácticas y de los productos aceptados, el área de producción es producto de acuerdos. Por un lado de acuerdos entre los miembros del Comité de Promoción del producto. Por otro lado, de la conformidad de los Organismos de Estado que revisan la propuesta del Consejo.

Esto nos permite comprender que no siempre coinciden el área que delimita la presencia de una determinada cultura y el área de producción de un producto típico reconocida en el marco de una certificación por el origen.

Por otra parte, en ciertos casos, el área de producción de un producto típico abarca porciones de territorios de países colindantes. En estos casos, el proceso de certificación de esos productos requieren de una compatibilidad de las reglas jurídicas de ambos territorios administrativos. Como lo señalan Boisseaux , Leresche (2002) constituye de la emergencia de un nuevo territorio.

14 Casabianca F., en comunicación personal

Conclusión

La emergencia reciente, en América Latina, de proyectos de certificación mediante Indicaciones Geográficas Calificadas, nos invita a establecer criterios para establecer qué productos son tributarios de una cierta tipicidad territorial.

Al analizar la relación entre la cultura y el territorio y la calidad específica algunos productos agroalimentarios en América Latina, constatamos una gran diversidad situaciones. Eso nos conduce a establecer bases conceptuales que permitan dar cuenta de las mismas. En ese sentido los conceptos de anclaje y tipicidad nos permiten establecer bases conceptuales sobre las cuales se apoyen procesos de diferenciación y certificación de productos por el origen.

Nuestra reflexión se basó en los aportes de Casabianca y otros (2006), quienes han definido la tipicidad de un producto como la propiedad de pertenecer a un tipo basado sobre saberes y la propiedad de ser distinguido de productos similares. El término típico hace referencia también a la propiedad de ser peculiar de un grupo, país o región.

¿Cómo definir entonces a aquellos productos, propios de una cultura o territorio, pero que no poseen una calidad particular que permita diferenciarlos de bienes similares?. El concepto de anclaje nos ha permitido definir por un lado, el anclaje cultural de un producto a partir de su pertenencia a la masa de hechos culturales propios a un grupo humano de referencia. El anclaje territorial de un producto, está dado por la presencia del mismo, dentro de la masa de hechos culturales de la comunidad local.

Diferenciamos así al anclaje de la tipicidad del producto. El primero es definido por la pertenencia a la masa de hechos culturales de un grupo humano de referencia determinado. El segundo, agrega al anclaje, la presencia de una calidad particular. Esto implica que el grupo humano de referencia puede reconocer al mismo, como un símbolo identitario.

Las certificaciones de productos por su origen geográfico, mediante IGC, nos lleva además a identificar y diferenciar a los productos cuya tipicidad está ligada al territorio de otros productos típicos. Casabianca y otros definen a la tipicidad ligada al territorio como una construcción particular que concretiza el efecto del territorio en un producto dado.

Basados en los aportes de los mencionados autores, hemos definido como portadores de una tipicidad cultural a aquellos productos en los que los saberes movilizados en su preparación y consumo de un producto están fuertemente anclados en la cultura

inmigrante. En estos casos, el saber transformar las materias primas y preparar cada producto y, frecuentemente, el saber degustar, están distribuidos casi exclusivamente entre los miembros portadores de esa cultura, “independientemente” del espacio geográfico en el que se han implantado los diferentes grupos de inmigrantes. En este caso consideramos que la tipicidad se debe más a la influencia de la cultura migrante, que a la influencia del territorio.

Al analizar el proceso de localización de la calidad de productos, asociados a las culturas migrantes, lo describimos como la resultante de los procesos de difusión local de los saberes, de especificación de la calidad del producto y de la “apropiación” del producto por parte de la sociedad local.

Sin embargo, la tipicidad de un producto no es definida de manera abstracta por observadores externos. Esta se define en el marco de proyectos de valorización (patrimonialización) de los productos. Su definición y regulación requieren de la coordinación de los actores que componen el Comité de Defensa del Producto y de estos para con investigadores y con los organismos de Estado encargados de acordar el sello y de controlar su implementación.

Por otra parte, la reconstrucción de la tipicidad de cada producto no se termina al obtener la IGC. Se continúa en un proceso de constante innovación técnica. Esta innovación se apoya tanto sobre la evolución de los conocimientos técnicos locales como en la evolución de los mercados. En el contexto de la reconstrucción y preservación de la tipicidad de un producto, la incorporación de nuevas tecnologías es definida en el marco del consejo regulador del producto. Estas pueden ser incorporadas en la medida en que las mismas no afectan la naturaleza de los factores que le confieren la tipicidad al producto.

Una consideración especial merecen aquellos productos que están en la memoria de algunos miembros de una determinada cultura, pero en los que los saberes que permiten su elaboración y consumo, son difícilmente reconstruibles. En este caso los consideramos productos anclados en la memoria de una cultura. Según nuestras definiciones no son calificables en términos de típicos, puesto que no es posible reconstruir los factores que le confieren una calidad específica o que permiten calificarlo.

Bibliografía

Berard L, Y P. Marchena (2007), *Produits de terroir. Comprendre et Agir*, Ed. Centre National de Recherche Scientifique, 61 p.

Boisseax, S. J-P Leresche (2002). *Dynamiques Régionales et Globalisation : le cas de la Politique des AOC-IGP en Suisse*, 22p.

Bustos R., Oustry L., Haag M.I. (2004). *Producción de valores territoriales: entre cultura y mercado. Habilidades y saberes locales como estrategias ante la crisis*. En Albaladejo C Y Bustos R., (compiladores) *Desarrollo local y nuevas ruralidades en Argentina*, co-Edición UNS – INRA SAD y *Dynamiques Rurales*, p 125 a 145

Bruckmeier K, Tovey H, *Dinámicas del conocimiento, identidad territorial y desarrollo rural sustentable en la Unión Europea*, OPERA N° 7, p 85 a 106

Casabianca F., Letablier M-T. (1996). *Normalisation et Gestion du vivant*, In AIP *Construction Sociale de la Qualité – Rapport Final : La qualité dans l’Agroalimentaire : Emergence d’un champ de recherche*, INRA, p 20-26

Champredonde M, Bustos Cara R, Oustry L, Cacciurri H, Ercoli F, López Castro N, Haag M I, Brandán M A, Tourrette E, Montalbán L, (2007)- *Culturas migratorias y valores territoriales localizados en la ruralidad y el desarrollo del sudoeste de la Provincia de Buenos Aires. Procesos de patrimonialización de platos típicos mallorquines*. En V Jornadas interdisciplinarias de estudios agrarios y agroindustriales. Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires, 7, 8 y 9 de noviembre, 22 p

Champredonde M. (2008). *Localización, deslocalización, ¿relocalización? de la calidad de las carnes vacunas pampeanas argentina. Impacto territorial*. En Velarde I, Maggio A., Otero G., (Compiladores), 2008, *Sistemas Agroalimentarios Localizados en Argentina*, 183 p., Edición INTA, Buenos Aires, p 76 a 99

Domingo E; Zimerman M; Raiman R; Lanari Mr. (2005). *Caracterización de las canales de Chivito Criollos Neuquino*. Comunicación técnica INTA Bariloche (<http://www.inta.gov.ar/bariloche/info/indices/animal/cabrascriollas.htm>)

García Canclini N. (2003). *Noticias recientes sobre la hibridación*, *Revista Transcultural de Música*, N° 7 ISSN:1697-0101, (www.sibetrans.com/trans/trans7/canclini.htm), 10 p

Frayssignes J. (2005). Les AOC dans le développement territorial – une analyse en termes d’ancrage appliquée aux cas français des filières fromagères, Thèse de Doctorat en Etudes Rurales, mention Géographie, INP – ENSAT, 469 p. (2 volumes).

Jiménez G. (1996). Territorio y Cultura. En Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Universidad de Colima. Año/vol II, número 004, p 9-30

Muchnick, J.; Sautier, D. (1998). «Systèmes agro-alimentaires localisés et construction de territoires». Proposition d’action thématique programmée. CIRAD. Paris, France. 46p.

Muchnik J. (2006). Identidad territorial y calidad de los productos: procesos de calificación y competencias de los consumidores. Revista AGROALIMENTARIA. N° 22. Enero- Junio 2006, p 89-98.

Schiavone E., Champredone, M (2008), Estado actual y evoluciones posibles del marco legal Argentino concerniente a la valorización de productos con Identidad Territorial. Aportes para un proceso de mejoramiento. En iv coloquio internacional de la red sial: alfater 2008, 27 al 31 de octubre, Mar del Plata, Argentina, 33 p.

Tulet J-C, Albaladejo C., Bustos Cara R. (2001). Une pampa en Mosaïque. Des communautés locales à l’épreuve de l’Ajustement en Argentine Ed. L’Harmattan, Paris, Francia, 282 p.