

EL QUESO DE CREMA EN LA COSTA DE CHIAPAS: LOS RETOS DE UNA CONSTRUCCIÓN COLECTIVA DE LA CALIDAD

Thomas Poméon, François Boucher, Fernando Cervantes Escoto.

RESUMEN

La Costa de Chiapas se ha constituido en los últimos 50 años como una cuenca lechera mayor, a nivel estatal como nacional. Sin embargo, ha mantenido rasgos específicos, vinculados al carácter artesanal de su producción. El queso de crema, producido también en el resto del estado, es su producto más emblemático y reconocido. Expresión de la combinación entre recursos materiales e inmateriales de la Costa, este queso debe enfrentar cada vez más la competencia de productos adulterados y de menor calidad. El gobierno de Chiapas ha entonces tomado la iniciativa de solicitar una marca colectiva “Queso Chiapas” para el queso de crema, con el fin de reconocer y proteger la especificidad del queso de crema producido en todo el estado. Ese proyecto inicia un proceso de calificación, que podría ofrecer nuevas alternativas para la cuenca quesera de la Costa. Sin embargo frente al reto de tal proceso y sus exigencias en términos de acción colectiva, se concluye que los planteamientos y las acciones realizadas hasta ahora han sido demasiado limitados para lograr una activación de la cuenca.

RÉSUMÉ

La Côte du Chiapas s’est progressivement développé au cours des 50 dernières années comme un bassin laitier majeur, tant à niveau de l’état que du pays entier. Elle a maintenu des caractéristiques propres, liés au caractère artisanal de sa production. Le fromage dit « de crema », produit également dans le reste de l’état, est le produit le plus emblématique y reconnu de cette région. Expression de la combinaison entre ressources matérielles et immatérielles de la Côte, ce fromage doit affronter chaque fois plus la concurrence de produit altérés et de qualité inférieure. Le gouvernement du Chiapas a donc pris l’initiative de solliciter une marque collective « Queso Chiapas » pour le fromage « crema », dans le but de reconnaître et protéger la spécificité du fromage « de crema » produit dans l’ensemble de l’état. Ce projet initie un processus de qualification, qui pourrait offrir de nouvelles alternatives pour le bassin laitier de la Côte. Cependant en face d’un tel processus et de ces exigences en termes d’action collective, on constate que les façons d’aborder la question et les actions réalisées jusqu’à présent ont été trop limitées pour vraiment permettre une activation du bassin.

SUMMARY

Chiapas Coast has progressively emerged for 50 years as a major dairy basin. It maintained specific characteristic, linked with artisanal production. The “de crema” cheese, produced also in other parts of Chiapas state, is the more emblematic and recognized product of this region. Expression of material and immaterial resources combination, this cheese is more and more confronted with competition from adulterated and shoddy products. Chiapas government has so initiated a collective trademark (“Queso Chiapas”) project for “de crema” cheese, to protect and valorize this cheese specificity, produced all around the state.

This project opens a qualification process, which could offer new alternatives for Coast dairy basin. Nevertheless, compared to all exigencies in terms of collective action of such project, we underline that the way of tackling the problem and the actions realized at this moment has been to mucho limited to really activate the basin.

1. INTRODUCCIÓN

Desde los años 50', primero en los países industrializados y luego en todo el mundo, el desarrollo del modelo Holstein ha sido acompañado del desempeño de agroindustrias mayores, organizadas según un paradigma industrial y dedicadas a productos estandarizados (leche UHT, algunos tipos de quesos pasteurizados, leche en polvo, etc.). Sin embargo, algunas cuencas lecheras han resistido esos cambios. No solamente por ser inadaptables al modelo Holstein, pero también porque el arraigamiento de sus tradiciones queseras oponía la fuerza del patrimonio, de la tradición, a las fuerzas globalizadoras.

Pero esa resistencia es cada vez más difícil, la globalización alcanzando cada vez más espacios. Así, en México como en otras partes del mundo, muchos quesos tradicionales amenazan con desaparecer, o ser apropiados por industriales y distribuidores (lo que equivale al final a desaparecer). Y no se trata solamente de la pérdida de unos productos gastronómicos, sino también de sistemas productivos, de estilos de vida que los sustentan. Nuestra interrogación será entonces de ver en qué condiciones se puede activar esa resistencia, como se desarrolla y cuáles son sus consecuencias en una región quesera, la Costa de Chiapas.

La Costa de Chiapas es una zona reconocida por la calidad de sus quesos. Si sus queserías ofrecen una cara múltiple e incluso a veces ambigua, entre tradición e innovación, entre autenticidad y adulteración, han mantenido algunos rasgos propios. Son esos rasgos que hoy se buscan valorizar a través de la obtención de una marca colectiva para el queso de crema del estado de Chiapas, su producto más típico y distinguible. Esa marca colectiva (MC) "queso Chiapas" puede ser considerada como una indicación geográfica, ya que menciona el origen e inscribe el anclaje territorial (o por lo menos el origen) del producto en reglas de uso.

En tanto que inicia un proceso de calificación del queso de crema, producto emblemático de Chiapas y de la Costa en particular, ese proyecto puede activar el Sistema

Agroalimentaria Localizado (Sial) quesero de la Costa de Chiapas. Puede ser el punto de partida para una alternativa de desarrollo, una modalidad endógena y local de integración en la economía globalizada. Pero requiere de una capacidad de acción colectiva que hasta la fecha no ha sido movilizada, y de la cual depende la forma en qué se aprovechará (o no) de los recursos territoriales. Es lo que vamos a analizar en este artículo, a partir de una serie de entrevistas y encuestas con los actores productivos e institucionales del Sial quesero de la Costa. Primero se presentará la génesis de una cuenca quesera en Chiapas, seguida por un análisis rápido de la situación actual de la producción de leche y queso. Luego veremos la puesta en marcha del proceso de calificación a través de la construcción de una marca colectiva, con sus puntos fuertes y sus debilidades.

2. LOS QUESOS DE LA COSTA DE CHIAPAS: LA CREACIÓN DE UNA TRADICIÓN QUESERA

Conformación de un sector lechero y quesero en la Costa de Chipas

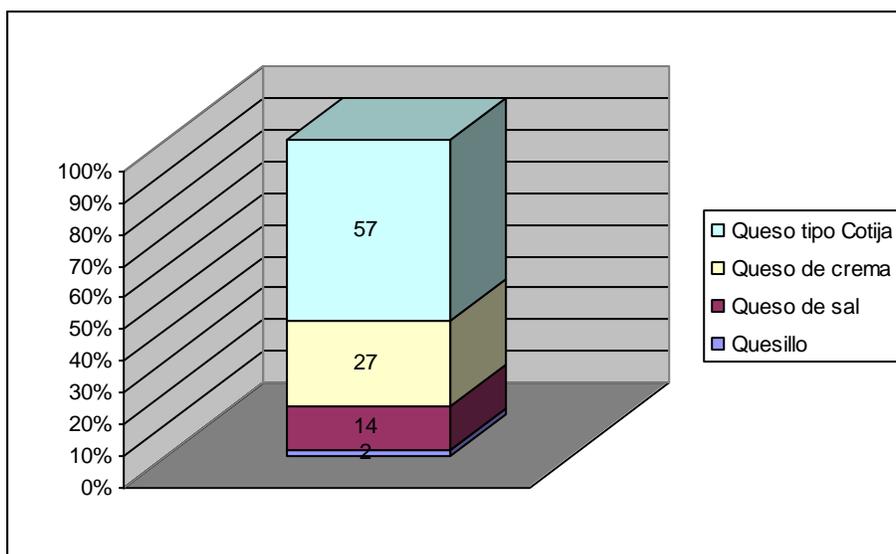
Es en el siglo XX cuando se da un significativo crecimiento de la ganadería. Con el ferrocarril, inaugurado en 1908, la región beneficia de los medios necesarios a la exportación de productos pecuarios. En un primer tiempo se trata principalmente de la venta de ganado en pie. Se introducen los cebús en la Costa, cruzados con el ganado criollo, así que nuevas prácticas de manejo de praderas. También sigue su crecimiento una incipiente quesería comercial (domina entonces el queso de sal), aprovechando del ferrocarril para mandar quesos en regiones vecinas, incluso hasta el DF. El queso de crema se introduce en el norte de Chiapas y poco a poco se va a difundir en el estado, llegando en la Costa, por diferentes canales en los años 30-40. Al parecer ese queso podría ser originado de Tabasco, aunque no se sabe bien.

El proceso de ganaderización se acelera a partir de los 60', gracias a un contexto favorable (precios relativos, demanda nacional e internacional) y una política activa del Estado a su favor. La influencia de la Nestlé también es destacable: incentiva la orientación lechera de la ganadería chiapaneca, que se vuelve una ganadería de doble propósito, y la introducción de nuevas prácticas que mejoran la productividad. La inauguración de la carretera costera en 1962 permite dar salida al producto y facilita la recolección de la leche.

Por lo tanto Santiago V. (1989) ubica el “boom” de las queserías en los 70’, mientras que el movimiento de ganaderización está a su apogeo. La urbanización del país, el crecimiento demográfico y el incremento de la demanda en productos pecuarios son particularmente favorables a la cadena quesera. Y el desarrollo de la actividad petrolera en regiones vecinas (Istmo de Tehuantepec y sur de Veracruz) ha generado un incremento de riqueza, ofreciendo una salida importante para los quesos de la Costa.

Según DISPROLTH (citado por Olivares S., 1990), en 1987, se producía 375,000L/día en promedio en la Costa de Chiapas, del cual el 83% iba a las queserías, 13% a Nestlé y 4% en venta directa de leche bronca. La AI quesera es entonces ampliamente dominada por el queso tipo Cotija, seguido por el queso de crema (ver figura 1). En 1990, se cuentan algunas 200 queserías, trabajando entre de 50L y 20,000L/día (Mendoza P., 1994). Son en gran mayoría empresas individuales y familiares, siendo sólo 3 cooperativas.

Figura 1: tipos de quesos producidos en la Costa de Chiapas (%)



Fuente: DISIPROLTH, 1988, citado por Olivares S., 1990

Si la crisis que empieza en los ochenta frena la dinámica de desarrollo de la ganadería, el sistema de doble propósito resiste bastante, por su bajo nivel de uso de insumos externos y su flexibilidad. Así la producción de leche no se ve tan afectada, y las queserías siguen su desempeño, a pesar de una retracción del mercado y de la disminución de los precios relativos.

El desempeño de la quesería en la Costa se explica primero por el mercado local muy limitado para leche fluida. Por lo tanto se debe encontrar oportunidades a nivel estatal y nacional, siendo la producción artesanal de queso lo más accesible. El otro factor es la fuerte estacionalidad de la producción de leche, que se duplica entre el tiempo de estiaje y la mera temporada de lluvias. En esas condiciones, es difícil para una industria “convencional”, como la Nestlé, de racionalizar su producción y rentabilizar sus equipos y mano de obra a lo largo del año. La heterogeneidad de la calidad entregada, tanto físico-química que sanitaria, constituye otra dificultad mayor. La AI quesera artesanal, más flexible, menos tecnificada, beneficia en esas condiciones de una ventaja adaptativa. Se explica así la retirada de Nestlé de la zona en medio de los noventa, además de los cambios de estrategia de la empresa.

Al final de los noventa, y sobre todo a principio de los años 2000, la AI quesera conoce una serie de cambios. Si participa desde decenas en los mercados nacionales, había mantenido sus especificidades en cuanto al uso casi exclusivo de leche bronca y en los tipos de quesos producidos. Pero desde poco los queseros tienden a imitar lo que se hace en otras cuencas queseras. Aparecen o se intensifican diferentes prácticas: uso de leche en polvo (especialmente en secas), de grasa vegetal, empleo de aditivos, y sobre todo desempeño de la producción de queso tipo Oaxaca. Sin embargo, se mantiene al mismo tiempo una producción genuina y tradicional, especialmente alrededor de algunos quesos, como el queso de crema.

A pesar de su estancamiento, la ganadería sigue siendo una actividad primordial en Chiapas. La Costa de Chiapas se ha mantenido entre las regiones más ganaderas del estado, con el 15% de las existencias bovinas, y la primera en leche, con 29% de la producción (SIAP, 2008). La ganadería y la quesería representan su pulmón económico. La huelga que organizaron los productores de leche en 1998 lo demostró claramente: después de algunos días, las tiendas y bancos eran desiertos, y el Estado reaccionó con velocidad. Eso confirma el carácter vital para la región de esa industria, cuya estructura y modo de funcionamiento informal responde a una realidad territorial.

La Costa de Chiapas: entre mar y montaña, una economía lechera

Enclavada entre las cerros altos de la Sierra Madre de Chiapas, que culminan a 2400 msnm, y el océano Pacífico, la Costa de Chiapas es una banda de tierra de unos 200 Km., de anchura comprendida entre 10 y 30 Km. Nos concentraremos aquí en la planicie costera (o sea la mitad de esta región), ya que la ganadería y la quesería son casi ausentes de la parte serrana.

Figura 2: localización de la Costa de Chiapas



La región IX Istmo Costa, comúnmente llamada Costa de Chipas, integra 4 municipios (Arriaga, Tonalá, Pijijiapan y Mapastepec) en un espacio de 5 728 km², equivalente al 7.7 % del territorio estatal. La población total es de 202 431 habitantes y representa 5.1% del total estatal (SDC, 2007). La región se caracteriza en general por su buen acceso a infraestructuras viales, al drenaje (70%) y a la luz (90%).

Por su clima, cálido, subhúmedo y ventoso (particularmente en la temporada seca), la región ofrece características adecuadas para la ganadería más que para la agricultura. La temperatura promedio mensual varía entre 27 y 30°C, y las precipitaciones, concentradas entre mayo y octubre, son comprendidas entre 1450 mm en la parte norte y 1700 mm en el

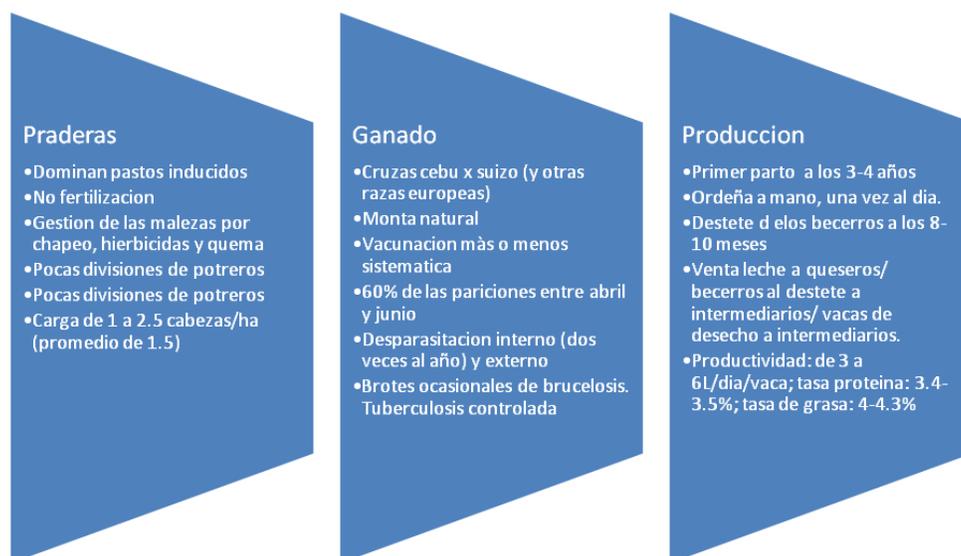
sur de la región. Se trata entonces de un clima a priori poco adecuado para la producción de quesos, caliente y húmedo. Sin embargo los queseros han sabido volver esas desventajas en una originalidad que marca la identidad del queso de la Costa.

La ganadería de doble propósito o rejeguería: actividad principal de la Costa

Entre 40 y 50% de la población económicamente activa de la Costa se dedica al sector primario. La agricultura sólo ocupa el 5.7% de la superficie, de la cual la mitad se dedica al maíz. Otros cultivos importantes son el mango, la sandia y el café en las parte altas. La ganadería bovina representa 65% del PIB agropecuario de la región, la leche alcanzando los 26% (o sea 40% del PIB pecuario, contra 55% para la carne bovina), según datos del INEGI de 2004.

Los diferentes documentos consultables ofrecen una visión bastante similar de la ganadería costeña, concordante con las observaciones directas en campo, a pesar de abarcar un periodo de casi 20 años. La ganadería bovina en la Costa se realiza en sistemas extensivos, de doble propósito (leche y carne), con un uso limitado de insumos y tecnología externos. Los saber-hacer son en mayoría empíricos. Los principales productos son la leche y el becerro al destete, de 8 a 12 meses. Unos pocos engordan novillos. De hecho si existen diferencias en términos de tamaño de unidades de producción, las características técnico-productivas son bastante similares dentro del sistema de doble-propósito (ver figura 3).

Figura 3: principales características del sistema de doble propósito de la Costa de Chiapas



Cabe notar la diversidad de las producciones agropecuarias y su complementariedad en términos de ingreso, de gestión de riesgo y de repartición del trabajo a lo largo del día y del año. También se debe sumar a ese panorama las actividades de pesca (pescado y sobre todo camarones) en las colonias costeras, y por supuesto el trabajo que dan las queserías, y otros pequeños oficios (taxista, etc.). Entender esa complejidad económica permite de ir más allá de los discursos comunes, en particular que enfatizan la resistencia al cambio y el atraso tecnológico del campo mexicano.

El sistema de doble propósito tiene su lógica propia, su racionalidad. Su flexibilidad viene de las diferentes opciones que ofrece la combinación productiva leche/becerras/engorda. Es familiar, informal, rustico, seguro y con bajos costos. Así que requiere de una salida adaptada a sus características. Por lo tanto no hay que sorprenderse del relativo éxito de las queserías artesanales, que ofrecen la mejor alternativa para la ganadería de doble propósito. Absorben más del 90% de la producción, sólo unos cuantos productores entregando su leche a Nestlé o directamente al consumidor.

La agroindustria quesera, una informalidad bien organizada

Es muy difícil tener una estimación precisa del número de quesería. Muchos se esconden, por miedo de Hacienda (impuestos) o de Salubridad (controles sanitarios), pero también de los secuestros. Con las queserías que cierran, que abren, que sólo trabajan una parte del año, que se esconden, no podemos dar una cifra cierta. Sin embargo, concordamos con las estimaciones de diferentes actores para establecer la cifra entre 200 y 300 queseros en la región, trabajando unos 300-350,000L/día en promedio.

Los 47 queseros de la Costa entrevistados procesan un total de leche bronca comprendido entre 150,000L/día en secas y 220,000L/día en lluvias. La estacionalidad ya no es tan fuerte como lo mencionan diferentes trabajos anteriores, especialmente por la generalización de un aporte de alimentos (pollinaza, concentrado, ensilaje, etc.), aun mínima, en tiempo de estiaje. En el tiempo en el cual se hizo la investigación (abril 2008 y diciembre 2008-enero 2009; o sea los periodos de mayor uso de la leche en polvo)) se usaba en promedio más de 3200 kg de leche en polvo diario, equivalente a unos 32,000L de leche. En total, los queseros entrevistados representan unos 70 millones de litros de leche bronca anual, o sea los 2/3 de la producción regional total, 20% de la producción

chiapaneca y 0.7% de la producción nacional de leche. Eso da una idea de la importancia socioeconómica de esa actividad.

Casi todas las queserías trabajan leche cruda. La mitad trabajan también con leche en polvo en temporada seca: la cantidad empleada va variando según la demanda y el tipo de queso. La capacidad instalada ociosa es importante, y el volumen de leche por trabajador muy variable, incluso en una misma quesería. La calificación de la mano de obra sigue siendo muy empírica. El saber-hacer quesero viene en mayoría de la transmisión familiar (57% de las queserías). Otra forma común de aprender a hacer queso es como trabajador (28% de las queserías). Más marginalmente, el saber hacer se vende, a través de demostraciones pagadas.

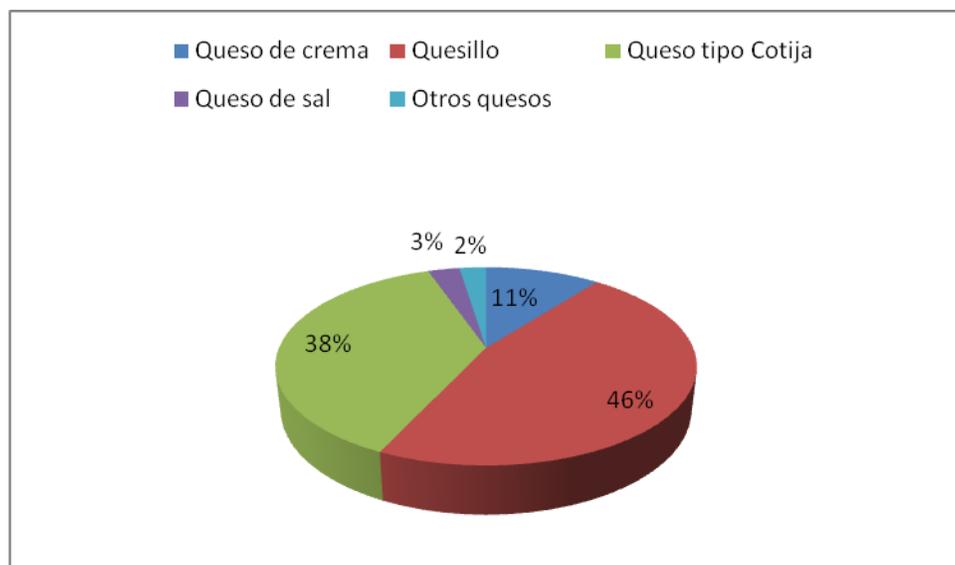
La captación de leche constituye un elemento capital para los queseros, por la competencia exacerbada que existe. En este asunto, la evolución ha llevado a la eliminación de muchos ruterros, en comparación a los años 70'-80'. En efecto, 77% de los queseros se abastecen únicamente a partir de su propia ruta de recolección, 15% combinan esta modalidad con la compra a un botero independiente y 8% reciben directamente la leche del productor. Un desafío mayor es conservar sus ganaderos, especialmente en tiempo de estiaje, cuando la leche es escasa y cara.

Los principales quesos producidos son el quesillo, el queso tipo Cotija y el queso de crema. También se produce el queso de sal y algunos otros tipos (ver figura 4). Si todas las queserías se pueden calificar de artesanal, se diferencian en función de su tamaño (volumen de leche procesada). Sin embargo hay que relativizar este tipo de clasificación. Las cosas pueden cambiar rápido, y la situación de los grandes queseros es bastante inestable. En fin su manera de trabajar no es tan diferente de los pequeños queseros. La diferencia remite sobre todo en los volúmenes, y sus implicaciones en términos de mano de obra y de mercados.

Otro elemento clave para el desempeño de los queseros es la captación del mercado. 75% de los queseros venden exclusivamente o principalmente de mayoreo, 25% de menudeo (venta directa). Los principales mercados de mayoreo son: el Istmo de Tehuantepec, el sur de Veracruz, la ciudad de Oaxaca, Acapulco, Tuxtla Gutiérrez, Tapachula, Cuernavaca, México, el noroeste del país. Cada mercado tiene su especificidad (tipos de queso, precio, etc.). Así el queso de crema se vende localmente, y también tiene

un muy fuerte arraigo en el Istmo y en el sur de Veracruz. En esos mercados el consumidor acostumbra a quesos ácidos, con un olor fuerte. El queso de crema también transita hacia el resto del país, especialmente en la ciudad de México, donde es conocido como “queso Chiapas”. Al final del canal de comercialización están los tianguis y mercados municipales, y las tiendas de abarrotes. Sólo un productor lo vende en un supermercado regional.

Figura 4: Repartición de la leche utilizada por tipo quesos

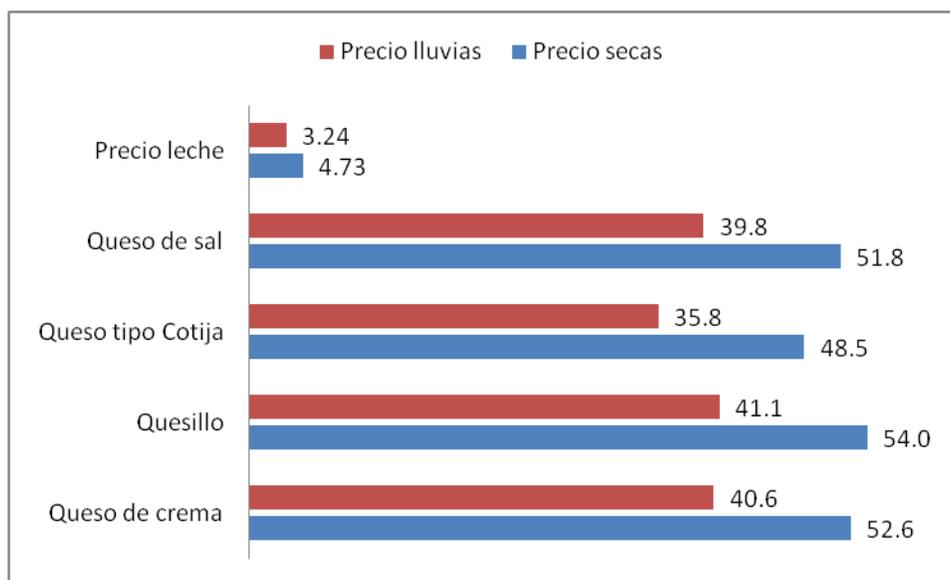


Fuente: datos propios para 2008

Las mayores ventas se dan en tiempos de Navidad y Semana Santa, o sea en tiempo de secas. Los precios varían según la temporada y el tipo de queso (ver figura 5), y por supuesto también en función del tipo de mercado (mayoreo o menudeo).

En las entrevistas apareció que los 2/3 de los problemas mencionados conciernen el mercado: precio de la leche y del queso, competencia, etc. El tercer restante concierne las cuestiones de producciones, de un lado la falta de capital, y de otro lado los problemas de calidad, entre las presiones de Salubridad y la mala calidad de la leche (en particular su higiene). Las cuestiones de capacidad ociosa, estacionalidad y de nivel tecnológico no parecen preocupar tanto a los queseros.

Figura 5: Precio por tipo de queso, en pesos mexicanos (/L para la leche; /Kg. Para los quesos)



Fuente: datos propios para 2007/2008

El queso de crema, producto emblemático de la Costa de Chiapas

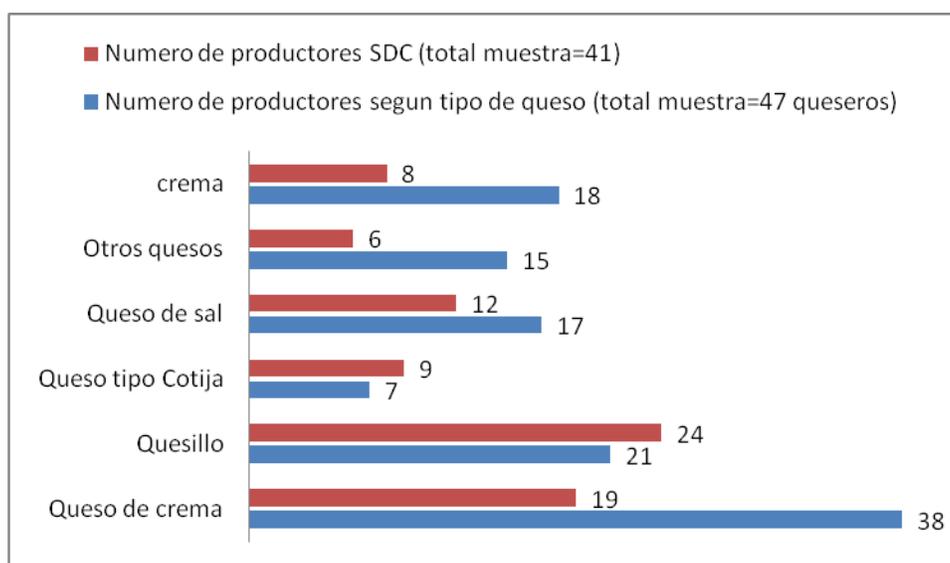
Nos interesaremos al queso de crema por varias razones:

- Es uno de los quesos más comúnmente producido en la región (ver figura 6);
- Es muy particular, tanto por su proceso que por sus características, que denotan un anclaje territorial fuerte;
- El queso de crema tiene una reputación particular. Está al centro de una iniciativa de reconocimiento vía una marca colectiva “Queso Chiapas”, promovida por el estado de Chiapas.

A pesar de representar un volumen relativamente modesto de la producción quesera total (11%), es un queso muy difundido, con un estatuto particular dentro de la AI quesera regional: 85% de los queseros lo citan como “queso tradicional de la Costa de Chiapas”, mientras que son 39% para el queso de sal, 32% para el quesillo y 21% para el queso tipo Cotija. Es parte de la identidad de la AI quesera costeña.

Esa identificación entre el queso de crema y la Costa se encuentra también entre los consumidores. De hecho, a pesar de que es un queso producido en todo Chiapas, y conocido en el resto del país como queso Chiapas, la gente lo asocia más particularmente con la Costa. Incluso en el resto del estado se reconoce el vínculo fuerte entre el queso y esa región.

Figura 6: Número de productores que realizan los diferentes tipos de queso



Fuente: datos SDC 2007 y datos propios 2008

Confusión alrededor de la denominación del queso de crema

Existen varias formas de nombrarlo: queso crema, queso de crema, queso doble crema, queso crema tropical, queso Chiapas, queso empapelado o queso de cuadro, etc. La Procuraría Federal del Consumidor (PROFECO) (2003; 2007) por su parte utiliza “queso crema” y “queso doble crema” como la denominación genérica para quesos de alta humedad, generalmente untable; o sea nada que ver con el queso de crema de la Costa. Pero ni define claramente lo que es un queso crema. De hecho no existe ninguna norma oficial sobre queso crema o de crema.

Características del queso de crema de la Costa de Chiapas

Villegas (2004) insiste sobre la particularidad de este queso, que tiene las características siguientes:

- Queso de pasta blanda, fresca, prensada, con cuajada mixta (ácido-enzimática). Tiene una forma de prisma rectangular. Pesa entre 0.5 y 1Kg. También se encuentran piezas de 0.25 Kg.
- Se elabora de leche cruda, proveniente de ganado manejado en el sistema de doble propósito. Su elaboración se caracteriza por una fase de reposo de la cuajada, llamado “dormido”, durante 14-24h. Luego se realiza un bolseado de la cuajada

durante varias horas, en el cual se persigue la acidificación y se escurre la cuajada. Después el queso es moldeado y prensado. Tradicionalmente, el queso se vende envuelto en tres capas: papel encerado, papel aluminio y papel celofán rojo o amarillo. Es un queso fresco pero con baja humedad, y un pH muy bajo (ver tabla 1).

Figura 7: unos quesos de crema depuse del prensado



Al contrario de lo que generalmente se afirma, si es cierto que es un producto muy difundido entre las pequeñas queserías, también se realiza en queserías grandes (que trabajan más de 1000L). El tamaño de la quesería no influye la tecnología empleada y el material: todos aplican un proceso artesanal. Existen algunas variantes en las cuales se incorporan chile. También en pocos casos se mezcla en diferentes proporciones con requesón, mucho más barato, lo que constituye una forma de adulteración. De manera más sistemática se realiza una imitación de queso de crema, enteramente hecha con requesón, conocida como “queso seco”. Esta imitación, que se hace en Chiapas o en otros estados, tiende a desplazar el queso de crema de su mercado, en particular en las comidas callejeras y entre los consumidores más pobres. Lo mismo ocurre con queso de crema de otros estados, a menudo de menor calidad, que usurpan el origen chiapaneco. Esos diferentes elementos constituyen un verdadero peligro para el queso genuino. Y más dado la ausencia de regulación oficial.

**Tabla 1: Composición del queso de crema de Chiapas
(los 3 primeros provienen de análisis propias)**

	Humedad %	TP %	TG %	Cenizas %	Sal %	pH
Alonso Jr.	31.4	25.2	37	4		3.25
Santa Cruz	38.5	22.6	29	7.7		3.58
Laltic	40.2	19.4	33	5.2		3.57
San Francisco (etiqueta)	42	17.75	25.2			
Villegas 1 (2004)	48.1	21.8	24.5	2.6	2.4	4.9
Villegas 2 (2004)	49.6	26.5	20	3.9	3.1	4
Promedio	41.6	22.2	28.1	4.7	2.8	3.86

La cuestión sanitaria

La pasteurización constituye una casi obsesión por parte de las autoridades. Sin negar la problemática de la inocuidad, es interesante descomponer los diferentes elementos del debate alrededor de la pasteurización de los quesos. Los datos de controles realizados por la Secretaría de Salud (conocida como “Salubridad” y encargada del control sanitario de los alimentos) concuerdan con varios artículos (Romero C., 2007) sobre los problemas de calidad. Sin embargo pensamos que esa posición debe ser primero discutida, ya que la pasteurización genera diversas problemáticas:

- Es excluyente, ya que provoca una selección entre los queseros que pueden aplicarla (capital, tecnología, saber-hacer, etc.).
- Cambia la calidad de un queso, cuyo fuerza proviene de su originalidad, en la cual se puede apoyar el proyecto de valorización del queso de crema.
- La cuestión sanitaria no sólo remite a eliminar las bacterias de la materia prima; en efecto existen numerosos riesgos de contaminación (en la quesería, en los mercados, en las casas), y un queso pasteurizado podría ser más sensible a esas formas de contaminación. El queso de crema, tal como se elabora en la Costa, tiene protecciones naturales, en particular por su pH muy bajo y por el salado. Análisis propios, realizados al azar sobre tres quesos de crema de leche cruda, resultaron en adecuación con la normatividad. Y en el trabajo de Romero C. (2007), resulta que ¡el queso realizado con leche pasteurizada presenta la misma contaminación que los demás!

Además, las análisis realizadas (por Salubridad o por la academia) no dan ningún elemento de contextualización: lugar donde se tomaron las muestras (Salubridad en general realiza su muestreo en los mercados), representatividad de la muestra, tipo de queso, tipo de quesería (volumen, estructura, etc.), cantidad de sal y pH de los quesos, parámetros analizados que no concuerdan con los parámetros definidos en las normas, etc. A veces tenemos la impresión de que no se trata de explorar una situación, sino de legitimar una representación que asocia los quesos artesanales con un peligro para la salud.

La problemática sanitaria es central en la cuestión de la valorización de los productos tradicionales. En México, la normatividad impide sencillamente la producción y comercialización de quesos de leche cruda (NOM-SSA-121, 1994). Sólo el reglamento de Control Sanitario (1999) da una puerta de salida en el cual pueden apoyarse los defensores de los quesos tradicionales. Pero en lugar de abrir un debate y buscar un consenso, se prefiere prohibir oficialmente la leche cruda, y en los hechos dejar los productores hacer más o menos lo que quieren, porque no es posible (dada la importancia socioeconómica de ese sector) cerrar todas las queserías¹. Esa ambigüedad es la mejor manera de que no se dé un progreso y que los comportamientos menos deseables se mantengan.

La gran heterogeneidad refleja por una parte la diversidad y la riqueza de los saber-hacer locales, pero también marca una ausencia casi total de regulación. A mediano plazo, esa falta de regulación puede perjudicar a los quesos genuinos. La ausencia de normas y la confusión en los mercados entre quesos genuinos y rellenos (de 30% a 70% más baratos), que se venden al mismo precio, favorecen a los productos adulterados y de mala calidad (sin hablar del pirateo de las marcas de queso de crema).

Más allá de las apariencias: un queso incrustado en su territorio, un territorio incrustado en su queso

Linck (2005) entiende los quesos tradicionales como resultante de la incorporación de recursos territoriales, que les confieren sus características tanto materiales que inmateriales, y les dan su valor y su identidad. Esa identidad no pertenece a un individuo sino a un grupo, localizado, asociada a una tradición quesera. Constituye entonces un patrimonio

¹ Con la idea implícita de que mientras se mantenga en un mercado nacional, en particular en el “mercado de los pobres”, no hay mayor problema.

colectivo, compartido y transmitido. Por eso los quesos tradicionales pueden contarnos tantas historias, tan diversas como sus características sensoriales. Haremos una corta presentación aquí de las historias que nos cuenta el queso de crema de la Costa de Chiapas. El sistema de producción de doble propósito tiene una influencia muy fuerte sobre la calidad de la leche (con un contenido en grasa de 4.3% y en proteína de 3.5%, en promedio para los meses de noviembre/diciembre), y por lo tanto en el queso. La combinación entre factores naturales, raza, pastoreo y saber-hacer ganadero origina esa calidad.

Una leche de calidad no sirve mucho si no existen los saber-hacer queseros para aprovecharla. Ese saber-hacer, ampliamente difundido en la región, tiene una base común, que define el tipo “queso de crema” (acidificación de la cuajada, prensado, etc.). Pero existe mucha diversidad en el proceso de cada quesero, y por lo tanto una gran variedad dentro del tipo queso de crema. Los queseros movilizan también un saber hacer comerciales particular, alrededor de la presentación del producto, el uso de marcas, etc.

El vínculo entre el territorio y el queso de crema no es solamente una cuestión de técnicas de elaboración. También es un encuentro y una simbiosis entre un territorio, en sus diferentes dimensiones (como medio natural y humano), y un producto (o más bien un proceso de elaboración). La combinación entre la flor microbiana de la leche, las temperaturas altas y los saber técnicos resulta en un queso muy ácido, capaz de conservarse a pesar del calor, y con propiedades sensoriales muy peculiares. Las prácticas de los queseros se pueden entender entonces como articulando diferentes elementos. Articulación a menudo implícita e inconsciente, que el proceso de calificación debe revelar, activar y valorizar.

Esa articulación, esa simbiosis expresa otra característica de los recursos territoriales: forman un verdadero sistema. En efecto atrás de los recursos materiales y saberes técnicos, existen saber relacionales que los animan. Sin entrar en el detalle, esas relaciones conciernen de un lado la presencia y la articulación vertical de los diferentes actores de la cadena: proveedor (sal, cuajo), ganaderos, queseros, comerciantes (mayoreo y menudeo), consumidor, instituciones (Salubridad, Hacienda, etc.). La calidad se construye a partir de los recursos (materiales, conocimiento, valor simbólico, etc.) que moviliza cada uno de los eslabones, y que incorpora sucesivamente al producto. También importan las formas de organización del trabajo. La complementariedad entre las diferentes actividades

(agricultura, pesca, ganadería, etc.) es tan importante para explicar la producción quesera como las relaciones verticales.

La caracterización de un producto a través de los recursos movilizados e incorporados es como lo vimos rica en enseñanza, y permite caracterizar el producto de manera más profunda que con un análisis físico-química o técnica. La construcción, el manejo, la apropiación y la valorización (o sea la activación) de esos recursos tienen un fuerte nivel colectivo. A menudo, ese colectivo queda informal, implícito, hasta la emergencia de un proyecto que busca explicitar y activar la calidad territorial del producto.

Las acciones colectivas: de los recursos al mercado: potencial colectiva para desempeño individual

Que sea entre ganaderos o queseros, el nivel de acción colectiva ha sido siempre bajo. Las pocas organizaciones existentes tienen un papel muy puntual y limitado. A pesar de los esfuerzos del gobierno, la organización no se puede decretar. No basta de un grupo para hablar de organización, sino que se requiere de un proyecto común, de un proyecto integrador. Si la amenaza es un factor decisivo para la activación de un Sial, no es suficiente. Ha faltado un proyecto capaz de federar los intereses un máximo actores, más allá de sus diferencias. Es lo que se pretende con la obtención de una marca colectiva para el queso crema de Chiapas, que adjunta a la particularidad de cada quesero una identidad común y colectiva reconocida en el mercado por un signo oficial.

La idea se origina en la subsecretaría de comercialización de la Secretaría del Campo de Chiapas (SDC), después del proyecto similar que se hizo para el queso bola de Ocosingo desde 2004. Se eligió el queso de crema por ser un producto típico de Chiapas, con un mercado ya desarrollado, y por existir un interés por parte de los productores. La SDC se ha puesto en contacto con el IMPI (Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial) para plantear el proyecto. Al principio se pensaba trabajar en la obtención de una denominación de origen; pero el IMPI orientó a la SDC hacia una marca colectiva “Queso Chiapas”.

La primera reunión se dio a nivel estatal en enero del 2008. Frente a su poco éxito, se decidió trabajar región por región. Así se organizaron reuniones en 5 regiones: la Costa, La Fraylesca, la zona Norte, Ocosingo y el Centro. Luego se sucedieron, a un ritmo bastante constante y sostenido, reuniones a nivel regional y estatal. Primero la SDC presentó su

proyecto de solicitar de MC: las motivaciones, las etapas, los resultados esperados. Después diferentes organismos vinieron dar su aporte y/o su visión del proyecto: el IMPI sobre las marcas individuales y colectivas (y sobre las denominaciones de origen, pero sin insistir mucho...), la Secretaría de Economía sobre las figuras jurídicas posibles para la asociación de queseros, Salubridad sobre las buenas prácticas de higiene y la normatividad, apoyada por la Universidad Tecnológica de la Selva (Ocosingo).

Se estableció un “plan de trabajo” con los productores, quienes nombraron representantes por regiones y por todo el grupo. Luego decidieron de la forma jurídica, de la futura organización “Productores de queso de Chiapas, SPR de RL”; integradas en un primer tiempo por 48 queseros, 14 de ellos provenientes de la Costa. En paralelo, el proyecto de la SDC llevó a diferentes acciones: cata de quesos, ferias y exposiciones, apoyo para el registro de marcas individuales de queso. Esas acciones permitieron de abrir un debate colectivo sobre la calidad y de promocionar el queso.

El acercamiento entre los queseros y Salubridad fue también una característica destacable de ese primer año del proyecto. Dentro de la construcción de la MC, considerada como un reconocimiento del queso de crema de Chiapas, Salubridad ha visto la oportunidad de iniciar un dialogo con los queseros. Su idea principal es imponer sus fines, que son bastante simples: obligación del etiquetado en un primer tiempo, y luego de la pasteurización. Si la primera obligación no presenta mayor problemática, la segunda podría cambiar toda la dinámica de la producción quesera del estado. Discutiremos este aspecto más adelante, al sintetizar la situación de la producción de queso en la Costa de Chiapas y las perspectivas alrededor del proyecto estatal de marca colectiva.

3. ANÁLISIS DE LA CONCENTRACIÓN DE QUESERÍAS RURALES: FUERZAS Y DEBILIDADES, OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

El proceso de calificación del queso de crema chiapaneco, materializado en este caso en una marca colectiva, puede y debe desencadenar una dinámica colectiva, tanto estructural que funcional. Sin embargo una de la principal debilidad reside en la escasa de acción colectiva, que se suman a los demás limitantes (cf. tabla 3). El reto de los queseros será entonces de saber identificar y activar sus fortalezas y oportunidades.

Tabla 3: fuerzas, debilidades, oportunidades y amenazas del proceso de calificación del queso de crema en la Costa de Chiapas

<p>FUERZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Calidad de la leche y del queso. Fama. • Acceso a infraestructuras. • Redes comerciales existentes y técnicas de mercadeo básicas (presentación marcas, etc.). • Promoción del producto (cata, ferias, exposiciones). • Acercamiento entre las dependencias y el sector quesero. • Organización de los productores (espacio de debate y de representación). • Liderazgo y capital humano de los productores. 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Irregularidad en la calidad sanitaria. • Distancia física, social y simbólica con los consumidores; • Heterogeneidad entre los queseros implicados en la MC (localización, volúmenes, etc.). • Desfases entre los objetivos de los diferentes actores involucrados. • Apatía de algunos productores. • Carácter parcial del proyecto, tanto en sus planteamientos/objetivos que en los actores integrados.
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incremento de la demanda para quesos. • Obtención de la MC con el IMPI. • Reconocimiento de una norma. • Entrada de nuevos queseros en el proyecto. • Consolidación y difusión de la fama de en el país. Desarrollo de nuevos nichos de mercado. • Complementariedad con los otros quesos y “spill-over”. • Creación de una red para la promoción de los quesos tradicionales mexicanos. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marco legal e institucional (normas sobre quesos, inadaptación de la MC,...). • Incertidumbre sobre la denominación; falta de referencia legal. • Estandarización del producto, pérdida de identidad (leche en polvo, pasteurización, requesón, etc. • Conflicto de interés entre los queseros; y con las diferentes dependencias (Salubridad en particular). • Cambio climático. Cambio del sistema de producción ganadero (pollinaza, etc.)

La iniciativa del proyecto de la SDC ha sido fundamental ya que por primera vez se crea un espacio formal de interacción entre los queseros y las autoridades. Permite a los funcionarios de familiarizarse con las problemáticas de los queseros, y a los queseros de conocer las expectativas de las diferentes dependencias y las colaboraciones posibles. También permite el dialogo entre los queseros mismos, en otro ámbito que la competencia o la relación familiar o amistosa.

Las dependencias que se han implicadas no son agentes pasivos, sino que llevan también su propia visión y motivaciones. Pueden ser complementarios de las de los productores, o en contradicción. La SDC ve el interés comercial de la MC para los productores, y político para ella (tipo “hemos logrado una marca colectiva para el queso

Chiapas”). Si no dudamos de la importancia de ese componente, podría revelarse escaso para integrar todas las consecuencias de un proceso de calificación. El riesgo es que la idea que se hagan los productores se limite a esa visión, dejando de lado otros aspectos claves, que se volverán los problemas de mañana. Por ejemplo, a no integrar los productores de leche en el proceso (como se hace generalmente con DO queseras), pierden de vista que la calidad de su queso depende esencialmente de la de la materia prima. También se les “vendió” el proyecto (o así lo entendieron) con la idea de que naturalmente la MC va a abrir un nuevo mercado, lo que no es nada cierto (ni se ha pensado hacer un estudio de mercado...). En fin el riesgo es que el proyecto colectivo se queda a un nivel superficial, sin continuidad: no basta tener la MC, sino que debería ser el principio.

La ventaja de trabajar a nivel estatal es que permite tener más alcance, reunir más fácilmente una masa crítica de actores productivos e institucionales. Sin embargo, la heterogeneidad de la producción de queso de crema en Chiapas hace difícil concebir una misma MC, con sus reglas de uso, para todos. La solución adoptada ha sido la creación de sub-marcas por regiones, que reconozcan la diferenciación de la calidad del queso. Sin embargo será algo difícil de formalizar dentro de las reglas de uso, y que puede inducir confusión con un consumidor ya poco educado sobre los signos de calidad. La dimensión estatal del reconocimiento de un producto tradicional cuestiona sobre su pertinencia. No se puede realmente lograr un consenso sobre lo que el queso de crema, en su dimensión territorial y patrimonial, ya que el proyecto incluye varios territorios. Entonces se limita básicamente a defender una reputación y un proceso más o menos estandarizado (y en ese sentido industrial). Ese aspecto será determinante para el alcance y las consecuencias de la MC.

La identidad cultural de la Costa de Chiapas es poca clara. Por lo tanto no tiene esa fuerza simbólica susceptible de ser patrimonializada y valorizada. Sin embargo beneficia ya de una reputación bien establecida. El reto será entonces de construir y consolidar la identidad del producto (lo que es parte de un proceso de calificación), por ejemplo a partir de la imagen de la naturalidad de su producción (vacas, pasturas, sal y cuajo). Pero al mismo tiempo, las reglas de uso deben acompañar y formalizar esa identidad. Identidad que debe posicionar el queso de crema frente a productos de diferentes orígenes, composición, calidad, que lo amenazan, incluso desde el interior de la Costa.

4. APROPIACIÓN DE LA ACTIVACIÓN: ¿PARA QUÉ SE ACTIVA EL SIAL QUESERO DE LA COSTA DE CHIAPAS?

Por el momento la acción colectiva ha tomado un aspecto sumamente estructural, con la constitución de un grupo a nivel estatal y subgrupos regionales. La acción colectiva funcional se orienta hacia la obtención de una MC. Sin embargo todavía no se ha bien definido cuales eran los objetivos, los intereses que cada uno plasma en la MC. Al lado de la preocupación comercial, que ha sido la base primera del proyecto, los queseros están poco a poco insertando otras preocupaciones, como la cuestión sanitaria o la defensa de un patrimonio. Sin embargo su interés en integrar esos aspectos choca de varias maneras con el proyecto de MC tal como se ha planteado. Primero porqué la SDC no se da otra competencia y objetivo que el registro de una marca colectiva, a partir de una visión de mercadeo. Por lo tanto no constituye el motor de un planteamiento más sistémico, integrador e integral, aparte de acción muy puntual que abren foros de discusión que rápidamente se cierran (como la cata). Se ha visto esa situación en el proyecto similar que se condujo con el queso bola de Ocosingo. El liderazgo debe ser tomado por los propios queseros, y por lo tanto dependerá de sus motivaciones y capacidades. En ese aspecto, la existencia de un capital humano y de líderes dentro del grupo de queseros hace posible que se apropien el proyecto. Sin embargo, el problema de las divergencias de situación e intereses vuelve complicado la generación de una dinámica común entre los queseros, especialmente, entre las diferentes regiones implicadas y entre los diferentes tipos de queserías (volumen, productos, mercado, etc.).

El grupo que se ha conformado, que sea a nivel estatal o regional, implica una minoría de productores. Eso plantea el problema de la representatividad y de la legitimidad. Quedan excluidos los demás productores por diferentes razones: falta de interés, de tiempo, de capital social y humano, de recurso para asistir en reuniones, etc. Sin embargo, es una característica inherente a todas las acciones colectivas, en particular los procesos de calificación, que nunca han garantizado la equidad en la toma de decisión. Lo que es más preocupante es que la forma jurídica que se busca, la MC, podrá ser inaccesible para los demás productores. No sería un problema si la MC no fuera una indicación geográfica, “queso Chiapas”. En efecto eso significa que un pequeño grupo tendrá todo el poder de

decidir que es el queso de Chiapas, y quien o no puede ser parte del grupo que tendrá derecho a ostentar tal denominación (como lo ocurrido con el proyecto similar que se dio con el queso bola de Ocosingo, Chiapas). No estamos en el caso de una DO, cuyo uso depende del respecto de reglas, no de pertenencia a una asociación privada. La MC es un bien de club, no es un bien patrimonial. Y el riesgo es acentuado por la ausencia de una autoridad reguladora, que se aseguraría de las condiciones de construcción y de aplicación de la MC. La SDC no quiere y no tiene la competencia para tomar ese papel, Salubridad sólo se preocupa de imponer la pasteurización (lo que está logrando en Ocosingo), y el IMPI quiere evitar dar DO y su competencia se limita en registrar derechos de propiedades industriales.

En fin, lo que promueve el Estado a través de las diferentes dependencias es un desarrollo empresarial, basado en el paradigma industrial (estandarización, mercadeo,...). Esta visión choca con la idea de patrimonialización y de calificación (de un producto tradicional), que defiende los queseros (por lo menos una parte). De hecho, no es el contenido del proyecto, que se limita a buscar el registro de una marca comercial. El proceso de calificación podría volver un proceso de estandarización, según el modelo genérico y dominante, en lugar de dar una ventaja diferenciativa al queso de crema chiapaneco. Y si se hace en Chiapas lo mismo que en el resto del país, ¿qué hay a proteger y valorizar?

5. CONCLUSIONES

El proyecto de MC lanzado para el queso crema es un proyecto de comercialización, no de calificación y patrimonialización. Se debería sin embargo juntar los dos aspectos: sin patrimonialización, no es posible generar una renta monopólica para la comercialización; sin comercialización, no hay sustentabilidad económica de la actividad quesera, y por lo tanto riesgo de desaparición. El problema es entonces cómo integrar esos aspectos en las estrategias de los diferentes actores. Es interesante ver otros casos, como el del queso Cotija, en el cual la patrimonialización es una reivindicación central del proyecto de obtención de una IG, coordina y da sentido a las diferentes acciones, llevando a un proceso integral e integrador. Se puede comparar con lo que pasó con el queso bola de Ocosingo,

cuyo planteamiento inicial ha sido solamente comercial: estandarización del proceso, exclusión de productores legítimos, etc. Por eso sería bueno juntar las experiencias y las energías en una red alrededor de los quesos tradicionales mexicanos.

Al valorizar el anclaje territorial de un producto, se debe plantear primero en qué consiste ese anclaje. Lo que requiere una visión sistémica e integral. Sin embargo, a pesar de la constitución de sistemas producto, de los discursos bien intencionados de las secretarías (hacer estudios sistémicos, proyectos integrales, etc.), sigue vigente la misma visión parcial, desintegrada. Cada dependencia trabaja de su lado, incluso cada subsecretaría y dirección. En el sistema producto leche bovino de Chiapas no hay representante de los queseros. En el caso del proyecto del queso de crema, es interesante ver como algunas de esas limitantes han sido levantadas: se integraron varias dependencias, se organizaron diferentes eventos en paralelo, se acercaron el sector productivo con el sector público.

Pero quedan muchos aspectos que se dejaron de lado: la producción de leche, la existencia de un mercado para el queso de crema con MC, etc. Si no se plantea bien la situación, regresaremos sin duda a las mismas recomendaciones de siempre, a la vieja costumbre de plantear todas las soluciones antes de conocer los problemas, concluyendo sobre la necesidad de más organización, integración, tecnificar, etc. O recomendaciones más originales, como “vender productos al gobierno”... La cuestión es entonces de considerar la calificación como un proceso integral y de largo plazo, y no solamente como un proyecto. Entonces ¿cuál será la voluntad y la capacidad de los actores de hacer algo más que una marca comercial, para lanzar un proceso de calificación y patrimonialización?

BIBLIOGRAFÍA

Linck Thierry, 2005, « Patrimonialisation et typification de fromages « traditionnels » : une approche comparée de démarches de qualification », *Ruralia*, 2005-16/17.

López F., A. (1997). Rentabilidad del sistema de producción de doble propósito en la Costa de Chiapas. Tesis de licenciatura para la obtención del título de ingeniero agrónomo, UA Chapingo. 81 pp.

Martínez P., A. (1998). Estudio de la comercialización del queso en la Costa de Chiapas. Tesis de licenciatura para la obtención del título de ingeniero agroindustrial, UA Chapingo. 81 pp.

- PROFECO (2003). Cremas y quesos. Revista del Consumidor, abril del 2003. pp. 46-51.
- PROFECO (2007). Quesos crema y doble crema. Revista del Consumidor, abril del 2003. pp. 46-51.
- Romero C., P. (2007). Incidencia de Salmonella y E. Coli en queso crema tropical (estudio de caso en cinco queserías del municipio de Tonalá, Chiapas). Tesis presentada para la obtención del título de Maestra en Ciencias en Ciencia y tecnología agroalimentaria. UACH. 42 pp. + Anexos.
- Santiago V., O. (1989). Organización de productores de ganado bovino del sistema de doble propósito, región de la Costa de Chiapas. Tesis de licenciatura para la obtención del título de ingeniero agrónomo, UA Chapingo. 110 pp.
- Secretaria del Campo (SDC) (2007). Diagnostico regional de la Costa de Chiapas. Documento de trabajo. Marzo 2007. 73 pp.
- Villegas, A. (2004). Tecnología quesera. Trillas, México.