



HAL
open science

La pampa como indicacion geografica para diferenciar carnes vacunas en Argentina y en Brasil: motivaciones de los actores locales, limitantes para su implementacion

M. Champredonde, François Casabianca, D. Vitrolles, C. Cerdan

► To cite this version:

M. Champredonde, François Casabianca, D. Vitrolles, C. Cerdan. La pampa como indicacion geografica para diferenciar carnes vacunas en Argentina y en Brasil: motivaciones de los actores locales, limitantes para su implementacion. 4. Congreso Internacional de la Red SIAL. Sistemas Agroalimentarios Localizados, Oct 2008, Mar del Plata, Argentina. hal-02752238

HAL Id: hal-02752238

<https://hal.inrae.fr/hal-02752238>

Submitted on 3 Jun 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

LA PAMPA COMO INDICACIÓN GEOGRÁFICA PARA DIFERENCIAR CARNES VACUNAS EN ARGENTINA Y EN BRASIL: MOTIVACIONES DE LOS ACTORES LOCALES, LIMITANTES PARA SU IMPLEMENTACIÓN

CHAMPREDONDE Marcelo¹; CASABIANCA François², VITROLLES Delphine³;
CERDAN Claire⁴

Resumen

En el mercado internacional de las carnes vacunas, la denominación Pampa goza de un gran renombre. Es sinónimo de carnes naturales y de alta calidad gustativa (Champredonde M. et al 2002). Esta reputación está asociada a elementos simbólicos como el paisaje constituido de una vasta llanura, los pastizales naturales y el gaucho recorriendo la planicie pampeana a caballo (Champredonde M., 2007).

En principio, esta imagen positiva del producto y de su región de origen podría ser objeto de un aprovechamiento en los diversos mercados mediante Indicaciones Geográficas (IG). Sin embargo, el análisis de diversos proyectos orientados en ese sentido, tanto en la planicie central argentina como en el extremo sur del Estado de Rio Grande do Sul, Brasil, demuestran la existencia de innumerables obstáculos provenientes, tanto de las finalidades asociadas a las IG, como del contexto socio-económico y político en el que se desarrollan los proyectos. Los resultados de este estudio se insertan en el marco del proyecto Europeo SINER-GI (*Strengthening INternational Research on Geographical Indications*).

Introducción

En el continente americano se observa un interés crecientes por la utilización de las Indicaciones Geográficas (IG) en la diferenciación de productos agroalimentarios (Barham, 2005; Cerdan y *al.*, 2005; Sautier y *al.*, 2005; Sylvander y *al.*, 2005a; Sylvander y *al.*, 2005b). Esta tendencia se ve reflejada, en la emergencia de proyectos de comunicar una

¹ INTA Bordenave, Argentina (machampre@yahoo.com.ar)

² INRA LRDE Corté, Francia (fca@corte.inra.fr)

³ Universidad Lyon 2 / CIRAD, (dvitrolles@gmail.com)

⁴ CIRAD Brasil, (cerdan@cirad.fr)

Indicación Geográfica (IG), por ejemplo, a productos como el Café de Colombia, Maíz Blanco Gigante Cusco de Perú, Limón de Pica en Chile, Cacao Chuao en Venezuela, café de *Norte Pioneiro*, *Queijo Coalho*, *Cachaça de Salinas* en Brasil, el Chivito Criollo del Norte Neuquino, o el maní de Córdoba en Argentina, etc. En efecto, si bien algunos países como la Argentina presentan reparos sobre la implementación de las mismas, a nivel internacional, desde mediados de la década de 1990 se han multiplicado las legislaciones sobre Indicaciones Geográficas en distintos países de América del Sur (Brasil, 1996; Argentina 2001; Chile, 2005) o posibilidades para registrar un nombre geográfico como marca colectiva en el caso de Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia con la Decisión Andina de 2000 (FAO, 2008).

El creciente debate sobre la pertinencia y las posibilidades reales de construir y comunicar Indicaciones Geográficas, para diversos productos, se sustenta en el interés que suscitan estas herramientas en actores económicos y en organismos de promoción del desarrollo. El interés que reviste este tipo de herramientas se debe a las posibilidades que ofrecen las mismas de promover, a la vez la preservación de especificidades territoriales expresadas en un producto, diferenciar los mismos a nivel de consumidor, la proteger la imagen y el uso de la denominación del producto, organizar determinados actores locales en torno a un proyecto común, afianzar la identidad territorial de los habitantes de un determinado espacio geográfico, promover la biodiversidad, etc..

Por otra parte, numerosos estudios sobre la posibilidad de construir Indicaciones Geográficas, se desarrollan a partir del interés que despiertan estas herramientas, en países en desarrollo, sobre las alternativas que ofrecen para la inserción en nuevos mercados.

Por ejemplo, desde 1995, la creciente inserción de Brasil en los mercados internacionales llevó a este país a rever sus normativas y estrategias. En la última década, el número de marcas registradas en este país aumentó en más del 600 % (Buainain & Branco, 2004). Este fenómeno se desarrolla igualmente en el sector agrícola con la implementación de estrategias de valorización y certificación por la calidad y el origen de las producciones localizadas. Los actores del mundo rural innovan en la manera de producir y de vender sus productos para enfrentar las evoluciones del mercado (Dubuisson-Quellier & Neuville, 2003; Cerdan & Vitrolles, 2007).

En el mercado internacional de las carnes vacunas, la denominación Pampa goza de un gran renombre. Es sinónimo de carnes naturales y de alta calidad gustativa (Champredonde y Casabianca, 2002). Esta reputación está asociada a elementos simbólicos como el paisaje constituido de una vasta llanura, los pastizales naturales y el gaucho recorriendo la planicie pampeana a caballo (idem, 2002, Avila, 2005).

En principio, esta imagen positiva del producto y de su región de origen podría ser objeto de un aprovechamiento en los diversos mercados mediante una IG. Sin embargo, el análisis de diversos proyectos orientados en ese sentido, tanto en la planicie central argentina como en la Campanha Meridional, en el extremo sur del Estado de Rio Grande do Sul, Brasil, demuestran la existencia de innumerables obstáculos. La identificación de los mismos fueron objeto de un estudio comparativo desarrollado en el marco del proyecto Europeo SINER-GI⁵ (*Strengthening INternational Research on Geographical Indications*).

La comparación de los proyectos desarrollados en ambos terrenos nos permite identificar algunas particularidades de estos proyectos a nivel regional y nacional e identificar, los principales factores locales que inciden en la movilización de herramientas como las Indicaciones Geográficas.

I. El contexto Institucional en Argentina y en Brasil

A nivel internacional, las Indicaciones Geográficas son reguladas mediante el Acuerdo de Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC o TRIPS). El Acuerdo TRIPS crea un régimen que establece un piso mínimo de protección de los derechos de propiedad intelectual. El Artículo 22 de dicho Acuerdo establece que las IG son las que identifiquen un producto como originario de un país, de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad, reputación u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico. El Acuerdo ha establecido un régimen general de protección aplicable a todos los productos y un régimen especial aplicable sólo a los vinos y bebidas 3).

⁵ Projet de recherche européen (2005-2008), réunissant des équipes de recherches provenant de différents pays d'Europe et de pays tiers. Ce projet vise une analyse comparée des différentes démarches de qualification des produits liées à l'origine. Plusieurs travaux et rapports sont disponibles sur le site www.origin-food.org

I-a. El caso de Brasil

Brasil ha generado un marco legislativo sobre Indicaciones Geográficas, a partir de su participación en los acuerdos internacionales y a su adhesión al TRIPS. Las indicaciones geográficas son definidas en la Ley Federal N° 9279/96 que regula los derechos y las obligaciones relativas a la Propiedad Industrial. El Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (INPI) establece las condiciones para el registro de las I.G. y define dos tipos de sellos: Indicación de Procedencia (I.P.) y la Denominación de Origen (D.O.). La I.P. es *“el nombre geográfico del país, ciudad, región o lugar del territorio que designe al producto o al servicio, que es conocido como: centro de extracción, producción o fabricación del producto o de la instalación del servicio resuelto”*. Se define como Denominación de Origen (D.O.) *“el nombre geográfico del país, ciudad, región o lugar de su territorio que designe al producto o al servicio, cuyas calidades o características que se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico, factores naturales o factores humanos”*.

A través del Acto Normativo 134 de 1997, el INPI tiene ingerencia sobre la institución de formularios para presentar los requerimientos de registro de IG. Posteriormente, la resolución 75 de 2000 establece las condiciones para el registro de las IG. El registro de una IG es de naturaleza declaratoria y necesita el establecimiento del nombre geográfico, la descripción del producto o servicio, sus características, reglamento de uso del nombre geográfico, la historia, control y método de logro. El reconocimiento de una Indicación Geográfica puede ser solicitado **solo por los productores** establecidos en la región demarcada geográficamente.

Mediante el Decreto N° 5351 de 2005 se creó un departamento de Propiedad Intelectual (DEPTA) y dentro de esto una Unidad de Promoción y de Acompañamiento de las IG, en el propio Ministerio de la Agricultura⁶ (MAPA). Sus objetivos son: a) planear, promover, coordinar, supervisar y evaluar las actividades, los programas y las acciones de la IG de los productos agropecuarios; b) desarrollar estudios subsidiarios y de instrumentos para la reglamentación; c) dar ayuda técnica a los procesos de concesión, mantenimiento,

⁶ La elección del MAPA, como Organismos encargado de acompañamiento de estos proyectos, define el perfil de los objetivos asociados a la comunicación de IG en Brasil. Este Ministerio está orientado fundamentalmente a la promoción de grandes producciones. Una orientación diferente se podría haber generado en caso de designar a tales fines al Ministerio de Desarrollo Agrario (MDA). Este Ministerio es responsable de la reforma agraria, de la producción familiar y del desarrollo rural

cancelación o anulación del certificado; d) programar e implementar acciones para el desarrollo y el fortalecimiento de los procedimientos relativos a la Indicación Geográfica (MAPA, 2006).

Dentro de la Federación, algunos Estados, estimulados por programas de cooperación internacionales con Organismos de países Europeos, desarrollaron iniciativas para comunicar IG y hasta legislaciones (como el Estado de Santa Catarina). Dentro de esta abundantes procedimientos, no todos responden a los requisitos de la ley Federal. Sin embargo, estas iniciativas reflejan la emergencia y la importancia creciente de estrategias de valorización de productos basadas en la calidad y en el origen.

El balance muestra que hasta el momento, en Brasil han sido concedidas por el INPI cuatro solicitudes de Indicación Geográfica. Se trata de cuatro IP: *Vinhos finos y espumantes del Vale dos Vinhedos* (reconocido oficialmente en 2002), *Café del Cerrado* (2005), *Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional* (2006) y *Cachaça⁷ de Paraty* (2007). Cuatro proyectos (3 solicitudes de IP y 1 de DO) deberán realizar modificaciones para conformarse a diferentes requisitos y cuatro proyectos (3 demandas de IP y 1 demanda de DO) han sido rechazados.

I-b. El caso de Argentina

Argentina es miembro de la OMC y signatario del ADPIC (ratificado mediante Ley 24.425) con carácter de “país en desarrollo”. Si bien contaba con 5 años, a partir del 1° de enero de 1995 (Art., 65, ítems 1 y 2) para dictar o adaptar su legislación nacional o prácticas, a estos estándares mínimos de protección, este estatus se logró sólo algunos años después. Las leyes N° 25.163 de vinos y 25.380⁸ de productos agrícolas y alimentarios, fueron sancionada la primera en el año 1999 y la segunda en el año 2000, considerando los estándares fijados en el ADPIC.

Debemos señalar que la legislación argentina reconocía, con anterioridad a la promulgación de estas leyes, la existencia de las IG. Desde la década de 1960, el Código

⁷ Es interesante añadir que el Decreto 4062/01 declara *cachaça* como la Indicación Geográfica para uso exclusivo de los productores de Brasil, al momento que se conforman a las normas de fabricación y comercialización en la Ley de Bebidas.

⁸ Si bien la ley 25.163 fue posteriormente reglamentada, la ley 25.380 fue promulgada en 2001, modificada en 2004 (ley 25966) y hasta la fecha no ha sido reglamentada

Alimentario Argentino hace referencia a las DO, en sus artículos 236, 237 y 1135, reafirmando la defensa contra la competencia desleal y la protección del consumidor: El Art. 236 indica que:” *En general, las denominaciones geográficas de un país, región o población no podrán usarse en la designación de los productos elaborados en otros lugares, cuando puedan inducir a engaño. Constituyen excepción las denominaciones geográficas extranjeras que por el uso se han transformado en genéricas y que, por esta razón, no componen denominaciones de origen. Tales son, Emmental, Gruyere, Habana, Jerez, Madeira, Málaga, Oporto,, Marsala, Salsa Indiana, Salsa Inglesa, Salsa Portuguesa y otras*”. Si bien las denominaciones *Roquefort* y *Champagne* estaban incluidas en este artículo, en épocas recientes se prohibió su uso en el territorio argentino.

Por otra parte, mediante la norma del Art. 237 se prescribe que “*Queda prohibido designar productos nacionales (vinos, quesos y otros) con denominaciones geográficas argentinas, que no correspondan a la región o lugar de elaboración*”.

La Ley 25.380 –con las reformas introducidas por la Ley 25.966- definen las Indicaciones Geográficas (Protegida)⁹ y las Denominaciones de Origen que se utilizan para la comercialización de productos de origen agrícola y alimentarios, en estado natural, acondicionados o procesados en el territorio de la República Argentina (art. 1°).

La ley 25.380 prevé como categorías susceptibles de registro: i) **Indicación Geográfica (P)**, como aquella designación que identifica un producto como originario del territorio de un país, o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad u otras características del producto sean atribuibles fundamentalmente a su origen geográfico; ii) **Denominación de Origen**: El nombre de una región, provincia, departamento, distrito, localidad o de un área del territorio nacional debidamente registrada que sirve para designar un producto originario de ellos y cuyas cualidades o características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos (art. 2°)

⁹ Dada la coincidencia en la denominación de general de las Indicaciones Geográficas y la denominación adoptada en la ley argentina para uno de los sellos. En el presente artículo, haremos mención a Indicación Geográfica Protegida IG(P) para el sello argentino denominado Indicación Geográfica

La autoridad de aplicación y registro es la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos de la Nación¹⁰, (SAGPYA)¹¹. La SAGPYA tiene a su cargo el Registro Nacional de IG y DO, y facultades para fiscalizar y controlar el sistema.

Trámite de registro

Mediante la resolución N° 220, se designó a la Dirección Nacional de Alimentos (DNA) de la SAGPYA como organismo facultado para la recepción de las solicitudes de reconocimiento de una IG. La DNA, actúa como cuerpo técnico-administrativo del sistema de designación de la procedencia geográfica y/u origen de los productos agrícolas y alimentarios. Sus funciones se encuentran descriptas en los Art. 34 y 35 de la Ley, y en general, se trata de asesoramiento, vigilancia, verificación, control, registro, defensa del sistema de denominación de origen y representación ante los Organismos Internacionales. Ingresada la solicitud y su documentación de respaldo, la misma es derivada al examen por los cuerpos técnicos, que se conformarán con especialistas, para el análisis del cumplimiento de los requisitos.

Se verificará que se encuentre dentro de las exclusiones previstas en el art. 25, ya que no pueden registrarse como IG(P)/DO aquellas designaciones que sean nombres genéricos, o similares a otras ya inscriptas; o nombres cuyo uso pudiera inducir a error respecto a las cualidades o características del producto; o en general, que pudiera inducir o sugerir que el producto proviene de una región geográfica distinta del verdadero lugar de origen.

Tampoco pueden registrarse como IG(P)/DO aquellas designaciones que ya constituyeran marcas de comercio, de buena fe y vigentes. Por ello, se prevé la articulación del sistema de registro con el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (INPI) mediante vistas (Art. 18, 2° párrafo)

Se prevé la publicación de la solicitud de registro en el Boletín Oficial y en un diario de la zona geográfica respectiva, con lo que se abre un período de 30 días para que terceros

¹⁰ Según el Decreto 1359/2004 tiene entre sus competencias, el diseño y ejecución de las políticas de desarrollo, promoción y calidad de productos para consumo alimentario de origen animal y/o vegetal, industrializados o no.

¹¹ a diferencia de países como México y Brasil, que ubica a las IG en el organismo general de registro de los derechos de propiedad intelectual, conjuntamente con marcas, patentes, derechos de autor, etc

puedan formular oposiciones (Art. 18, 1° párrafo). En caso de haberse presentado oposiciones, se le corre nueva vista al solicitante del registro (Art. 20).

Por tratarse de un sistema de adhesión voluntaria, los interesados deberán asumir el costo los aranceles y tasas que al respecto fije la SAGPYA mediante resolución.

En caso de encontrarse reunidos los extremos requeridos por la ley y el decreto reglamentario¹², se otorgará el registro mediante Resolución de la SAGPYA, y se ordenará su publicación en el Boletín Oficial y se comunicará al Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (Art. 22).

Concluimos entonces que existen los Organismos Estatales encargados de recibir las demandas, de reglamentar la puesta en marcha y de controlar las condiciones de certificación mediante una Indicación Geográfica. Sin embargo, la falta de reglamentación de la ley demora la aplicación efectiva de la misma. En este momento siete proyectos de demanda de reconocimiento de una IG para productos locales habrían sido presentados en la DNA de la SAGPyA y aguardando que se complete el marco legal.

II. Las experiencias en ambos países

El análisis de los casos entre ambos países se efectúa abstrayéndonos de las limitantes legales en Argentina para que se haga efectivo el reconocimiento de una Indicación Geográfica, dado que ya han emergido proyectos destinados a valorizar productos locales.

II-a. El caso de Carne Pampa Gaucho da Campanha Meridional

La construcción de la Indicación Geográfica “*Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional*” es fruto de un proyecto iniciado en el año 2004. Con el incentivo de instituciones brasileñas (Sebrae, Universidad), algunos productores ganaderos locales se agruparon para diferenciar sus productos en el mercado interno (pero pensando en un futuro acceso al mercado europeo). Reconocida oficialmente por el Instituto Nacional de la Propiedad Intelectual brasileño (INPI) en 2006, la IP está administrada por la asociación, Apropampa, que reunía, en 2007, unos 50 productores. Los establecimientos están situados

¹² A la fecha de cierre de este documento, el texto definitivo se encontraba transitando los pasos administrativos necesarios para su emisión, mediante Expediente N° S01:0128416/2005 del Registro del Ministerio de Economía y Producción.

en la región de la Campanha Meridional, situada al sur del Estado de Rio Grande do Sul. La zona de certificación comprende cerca de 1,2 millón de hectáreas.

Sistemas locales de producción frente a una doble amenaza

Esta producción se localiza en el extremo sur de Brasil, en una región caracterizada por sus vastas planicies y sus colinas bajas (“coxilhas”), pobladas de pastizales naturales. Este ecosistema cubre el 63% del territorio de Rio Grande do Sul (cerca de 157 000 km²). La vocación productiva de esta región se construyó a partir de grandes establecimientos y una tradición de ganadería extensiva de vacunos y ovinos, basada en la alimentación pastoril... (Demangeot, 1974; Felippi, 2001).

Sin embargo, a pesar de la creencia de que la región de la Campanha Meridional, es una región de grandes extensiones, las explotaciones ganaderas familiares (pecuaria familiar), representan cerca del 70 % de las explotaciones de la región (Ribeiro C., 2001). Una estimación efectuada en 2001 indicaba, por ejemplo, la presencia de por lo menos 1000 explotaciones familiares en el distrito de Bagé. En la misma zona, el censo del año 1995-96 daba cuenta de una existencia de 1.221 explotaciones con menos de 100 hectáreas y 100 explotaciones con menos de 200 has. Ambas representaban el 79 % de las explotaciones ganaderas del distrito. En el vecino distrito de Dom Pedrito, el porcentaje se elevaba al 96 %.

En la Campanha Meridional este tipo de explotaciones familiares presenta grandes dificultades de reproducibilidad en el tiempo, dado el contexto adverso en el que se desarrollan. *“En el Estado de Rio Grande do Sul, cuarto mayor productor de carne bovina en el país (Fürstenau, 2004), ... los resultados económicos, que en la mayoría de las veces son negativos, bien que con una elevada dependencia de las rentas no-agrícolas (en especial de arrendamientos y jubilaciones). Igualmente, los sistemas productivos presentan, la mayoría de las veces, valor de la tierra relativamente bajo, nivel de capital inmovilizado bajo, baja utilización de mano de obra e indicadores económicos bajos o negativos (SEBRAE/FARSUL/SENAR, 2005)”* (Malafaia G y Barcellos J, 2007)

La genética de los rodeos vacunos se caracterizó, hasta mediados del siglo XIX, por la presencia de ganado criollo¹³, introducidos por los jesuitas en las misiones guaraníes (siglo XVI). Los principios de la explotación de este ganado en la región, fueron orientados a la obtención de cueros y de charque (Filippi E. Requier-Desjardins D., 2004, Avila, 2005).

De 1850 a 1910 se introdujeron razas británicas, seguido por la de razas de la Europa continental. Más tarde otras razas europeas y razas cebú fueron introducidas (Cardellino, 2000). Un diagnóstico de sistemas de producción de vacunos para carne en Rio Grande do Sul efectuado en 2003, muestra que el 35,2 % del ganado general está compuesto por vacunos sin raza identificada, el 44.8 % proviene de cruzamientos entre razas europeas y cebuínas, el 10.2 % de cruza entre razas europeas dentro de las cuales los cruzamientos con Angus y Hereford representan el 74 %, el 6.6 % de razas británicas puras (4.8 % Angus más 1.8 % Hereford), 0.9 % raza Devon, 0.9 % Charolais y 0,7 % cebú puro.

Las condiciones de clima templado, los pastizales naturales y la presencia de razas británicas en rodeos locales, serían el origen de una carne con calidad superior a las producidas en el resto de Brasil. Sin embargo, este ecosistema (que abriga un gran número de especies vegetales y animales endémicos) y los sistemas ganaderos locales se enfrentan a dos amenazas:

a) Una degradación importante de los pastizales naturales dada la sobreexplotación y a la introducción de especies exóticas (agricultura y monocultivo de eucaliptos). Se verifica un debilitamiento del ecosistema a partir de la introducción de nuevos materiales genéticos exógenos, y una pérdida progresiva del saber-hacer de los productores ganaderos, incluyendo los relativos a la gestión de los pastizales. De hecho, para la mayoría de ellos los pastizales son sinónimos de una baja rentabilidad.

La difícil sostenibilidad de las pequeñas explotaciones ganaderas familiares, es otro factor de degradación y de erosión. Casi desconocido al nivel federal o estadual, las explotaciones familiares exhiben problemas financieros, de organización y técnicos. La escasa escala de producción induce al sobrepastoreo de los pastizales naturales. En numerosos casos los pequeños productores venden sus propiedades o la alquilan para el desarrollo de actividades económicas más rentables como la forestación con especies

¹³ En principio son razas originarias de las Isla de Cabo Verde y de las Canarias (Gaignard 1979)

exóticas destinadas a la producción de papel y de celulosa.

Entre los efectos negativos se destaca la modificación de los paisajes de la región, la pérdida de la cultura gaucha ligada a la ganadería vacuna, el deterioro de los suelos, el excesivo consumo de agua y un gran impacto sobre la biodiversidad¹⁴.

b) Una fragilidad creciente en el posicionamiento de la producción local en el mercado, dado el desarrollo de la ganadería vacuna en otras partes de Brasil¹⁵. Con un rodeo nacional de 208,8 millones de cabezas, desde 2005 Brasil es el mayor exportador de carne vacuna en el mundo. En los últimos diez años, el tamaño de su rodeo vacuno aumentó en forma exponencial, principalmente en las regiones centro-Oeste (Cerrados) y pre-amazónicas. Dada la adaptabilidad de las razas cebuínas¹⁶ a las condiciones de clima tropical y subtropical, en la actualidad estas razas representan cerca del 80% del rodeo nacional.

Así, la mayor parte de la producción vacuna no se localiza más en la región histórica del sur sino en las regiones tropicales de la frontera agrícola.

Por esto, los Estados del sur cuyo clima es templado confiere la posibilidad de ofrecer productos con calidad específica, de animales de razas británicas alimentados a pasto. Sin embargo, los productores de Río Grande do Sul enfrentan un contexto a donde la carne vacuna es un producto de masa, y en el que se ven limitados por los costos de producción y por un nivel de coordinación débil en la cadena productiva.

Frente a estas dificultades, se torna importante la emergencia de proyectos que estimulen la producción ganadera. El desafío es dinamizar una región frágil sin comprometer el equilibrio del ecosistema y de la sociedad rural local. Este desafío involucra aspectos ambientales, sociales y económicos. Surge entonces el interrogante sobre las estrategias establecidas en el territorio para reivindicar la identidad y la especificidad de la región de

¹⁴ Los pastizales de la Campanha Meridional abrigan un gran número de especies vegetales y animales únicos en el mundo. Allí se cuentan cerca de 450 gramíneas, 150 leguminosas, 70 especies de cactus, 385 aves y 90 especies de mamíferos (Nabinger, 2007).

¹⁵ A propósito de esto Malafaia y Barcellos, 2007, señalan que “se percibe que un proceso de globalización tiene gran impacto en la ganadería de Río Grande do Sul, principalmente frente a la competencia con los países del MERCOSUL, donde muchos productores fueron excluidos del proceso productivo y muchas industrias quebraron. Se nota también que el Estado no está consiguiendo enfrentar la competencia de algunos polos más recientes en la cría de ganado bovino, como por ejemplo, los Estados de la región Centro-Oeste,

¹⁶ Diversos trabajos de investigación desarrollados en todo el mundo demuestran la menor terneza de las carnes vacunas proveniente de animales de razas cebuínas

la Campanha Meridional y de su carne vacuna.

Iniciación y construcción de un procedimiento de valorización

A pesar de presentar varias dificultades, la Campanha Meridional cuenta con recursos específicos que permite una diferenciación de sus carnes en el mercado interno: *“un ecosistema privilegiado, una base genética de ganado europeo, un proceso de producción de carne basado sobre una alimentación a pasto, el respeto del bien estar animal durante el abate, los pastizales naturales, los conocimientos tacitas de los productores, la cultura y la tradición del pueblo (el gaucho)”* (Malafaiai y otros, 2006).

Conscientes de este potencial, un grupo de ganaderos decidió implementar una estrategia de diferenciación en los mercados valorizando los recursos específicos del territorio. El proyecto de construcción de una Indicación de Procedencia, en el ámbito de un programa de desarrollo y de mejoramiento, “Juntos para competir”¹⁷. Este programa es coordinado por dos instituciones brasileñas: el Sebrae¹⁸ y la Farsul¹⁹. Ya en el año 2000, dentro de este programa, se creó la marca *South Brazilian Beef*. Se trató de una iniciativa de los frigoríficos y del sindicato de la industria vacuna de Rio Grande do Sul. La marca se creó bajo dos objetivos: la promoción de los animales alimentados a pasto (de la Pampa) y un mejor posicionamiento en los mercados (Correio do Sul, 2001). Es la primera marca colectiva creada por los productores del sur de Brasil para evidenciar las diferencias con la carne del resto del país y de implementar una política de calidad. Los actores implicados, participaron en eventos internacionales, como el Salón Internacional Agro-Alimentar (SIAL), y percibieron la importancia de las estrategias de valorización de la calidad y del origen, frente a los consumidores europeos.

En 2004, el SEBRAE presenta a los productores de la región de la Campanha Meridional su proyecto de desarrollo de una IP. Sólo acuden a la cita una docena de productores (entre los miles que existen en la región). Aunque poco numerosos, estos productores deciden juntarse y desarrollar el proyecto que les fuera propuesto. Emerge así la idea de la IP

¹⁷ Este programa visa organizar, desarrollar y mejorar las principales cadenas productivas agrícolas a través de la formación de los operadores, una mejor integración y organización del sector, una mejor cualidad de los productos y la valorización de las producciones.

¹⁸ El Sebrae es una agencia autónoma, orientada al sostén a las pequeñas y medianas empresas

¹⁹ La Farsul es la Federación agrícola de Rio Grande do Sul, reúne a los grandes propietarios.

Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional, en la continuidad de la estrategia marketing implementada por la cadena productiva para la carne vacuna.

Redactan, no sin dificultad, un protocolo con normas que incluyen seis puntos: a) La IP será producida en una área delimitada (1,2 millones de hectáreas), b) a partir de dos razas británicas c) alimentadas a pasto, d) sin suplementación en los doce últimos meses, e) con un tiempo de terminación mínima de doce meses, f) con obligación de identificar los animales (trazabilidad) y caracterizar las reses a la faena.

Una vez establecido el protocolo se conforma la asociación Apropampa, constituida inicialmente por unos veinticinco productores. Se presenta así ante el INPI de Brasil, el expediente de IP *Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional* en agosto de 2005. En diciembre de 2006 es comunicado el reconocimiento oficial de la tercera Indicación de Procedencia brasileña y la primera Indicación Geográfica para la carne en el continente americano,

Es interesante observar a los actores involucrados en este proyecto. En primer lugar identificamos a instituciones de investigación (Universidades) y de apoyo (Sebrae), a representantes de los productores y de otros actores de la cadena (frigorífico y distribución). En segundo lugar, si bien los consumidores, organizaciones ambientales, y algunas ONG son exteriores al sistema y no participan en las decisiones de la Asociación, estos actores ejercen una cierta influencia.

Cada actor tiene su propia motivación. Para el Sebrae, constituye la oportunidad de formar su personal en la construcción de expedientes de solicitud de reconocimiento de IG, al acompañar esta experiencia piloto y la publicación de una guía sobre IG para divulgar el concepto. Hoy, el Sebrae sigue apoyando el proyecto de la carne vacuna y desarrolla otros proyectos en el estado de Rio Grande do Sul²⁰.

Los investigadores (Universidad Federal de Rio Grande do Sul, UFRGS) involucrados en el proyecto, aportan una visión más relacionados a las cuestiones ambientales y a la sustentabilidad territorial. El proyecto IG constituye una oportunidad de pensar en nuevas soluciones en la lucha contra la degradación y la desaparición de los pastizales naturales y

²⁰ Dulces de Pelotas, Cuero del valle *dos Sinos*, Arroz del litoral Norte

de su impacto sobre las comunidades locales.

Para los productores y sus representantes (Farsul), el objetivo prioritario es diferenciarse de la producción genérica y mejorar la calidad de sus productos para lograr una mayor competitividad en el mercado nacional. Detrás de este objetivo se encuentra el de proyectarse en el mercado internacional.

El frigorífico asociado al proyecto IP es uno de los más importantes en Brasil. Se trata de una empresa con larga trayectoria y reconocida en los Estados del Sur y del Centro-Oeste de Brasil, por su perfil innovador en el mejoramiento de la calidad de la carne vacuna. Si bien este frigorífico se ha implicado en diversos programas de innovación, el proyecto de IG le resulta de gran importancia dadas sus metas en el mejoramiento (definición y homogenización) de la genética animal y el refuerzo de la seguridad alimentaria en el sector.

La puesta en mercado se caracteriza por la presencia de dos distribuidores. El primero es un comercio que ofrece especialidades, situado en Porto Alegre, capital del Estado de Rio Grande do Sul. El segundo es un comercio de la cadena de supermercados Perruzo, localizado en Bagé.

A pesar del interés que despierta este proyecto en los actores locales involucrados, la relevancia económica del mismo permanece marginal. De hecho, hasta el momento la faena se sitúa en unos 50 animales por semana (promedio para el año 2007). Por el momento, la escasa relevancia del volumen faenado no alcanza a generar expectativa en el mercado nacional y menos aún pensar en una proyección internacional.

La IG como reivindicación de lo local y como instrumento de mercado

El proyecto colectivo de valorización de la carne vacuna por medio de una IP está ligado a un esfuerzo de patrimonialización. El trabajo de entrevistas realizado en 2006 y 2007 muestra que los actores buscaron reactivar la profundidad histórica y cultural del producto y su proyección mediante estrategias de comercialización y la definición de reglas de producciones (protocolo).

Los productores reivindican los lazos que existen entre la carne vacuna y su territorio, la Campanha Meridional. Hablan de anclaje histórico de la producción, de saber-hacer, de la

cultura gaucha, de la notoriedad nacional del área de producción, del reconocimiento del consumidor local como una carne vacuna de calidad y de la biodiversidad de los pastizales.

La construcción del proyecto, contó con el apoyo de la UFRGS para la realización de un documento relativo a la dimensión histórica de la producción local. Las investigaciones se basaron en documentos tales como publicaciones, novelas, cuentos, poesías, periódicos y revistas, recursos visuales (fotografías, dibujos, pinturas), y en testimonios orales de actores locales. Ello permitió reconstituir la historia y el desarrollo de la ganadería en la región (Avila, 2005) y confirmar la afirmación de los productores sobre el anclaje del producto en el territorio. Además, puso en evidencia la importancia del consumo de carne vacuna en la cultura gaucha.

En Brasil, los gauchos forman un grupo social y cultural muy bien identificado. La cultura gaucha se construyó alrededor de un modo de vivir y un medio ambiente relacionados al ganado vacuno y al caballo. De hecho, la ganadería vacuna se expresa en cada aspecto de la vida cotidiana de los Gauchos: la ropa, los juegos, los hábitos alimentarios. Entre sus particularidades se identifica un método elaborado y específico de preparar la carne (*churrasco*) y de conservarla (*charque*).

Además de la especificación de la dimensión cultural e histórica, los actores enfrentan el difícil desafío de adaptarse a las nuevas exigencias del mercado, en términos coordinación de la cadena productiva, seguridad alimentaria y trazabilidad. Los productores intentan traducir por un lado los recursos territoriales específicos en estrategias marketing y por el otro adaptarse a mercados de carne vacuna de alta calidad. Por esto, la limitación del área y la elección de la denominación geográfica fue orientada a responder al interés de los mercados con los términos “Pampa Gaucha” y la calificación de “Campanha Meridional”. Seleccionando esta denominación, los productores buscan posicionarse en un mercado de calidad. Al mismo tiempo, reivindican la legitimidad de su zona histórica de terminación del ganado brasileño, la calidad de la hierba y de los pastizales de la Campanha Meridional.

El protocolo se apoya sobre dos elementos claves: la delimitación de la zona (calificación de los suelos y de la composición vegetal) y la definición de las reglas de producción, faena y comercialización. El mismo fue elaborado para responder a las nuevas exigencias

del mercado²¹ lo que se tradujo en normas rigurosas y de difícil aplicación. Los requisitos del protocolo fueron objetos de discusiones animadas. Por ejemplo, sobre la elección de las razas “británicas” puras (Aberdeen Angus y Hereford) y sus cruzas. Si bien este requerimiento confirmaría la especificidad del producto, el mismo margina al ganado vacuno de razas cebuínas y sus cruzas y a las cruzas sin identificación racial, cuya presencia es mayoritaria en la región. Entre los argumentos que llevó a priorizar a las razas británicas puras, se debería a que estas razas son sinónimo de carnes de calidad y a la presencia de reproductores de esas razas en la región desde mediados del siglo XIX.

Otro de los aspectos considerados es la prohibición de la suplementación en la dieta animal en los últimos doce meses de engorde. Las razones por las cuales se adoptó esta medida es que se busca garantizar el origen del ganado y de su alimentación exclusivamente pastoril, mediante el aprovechamiento de pastizales naturales. Ciertamente es que, cuando los inviernos son secos, es difícil lograr la terminación de los animales a edades precoces.

Una visión crítica de este proyecto nos lleva a subrayar que los criterios adoptados en la construcción del protocolo de producción constituirían más el reflejo de una intención de responder a las exigencias del mercado, que a una traducción de las prácticas predominantes en las explotaciones ganaderas de la campaña meridional. En efecto se trataría de una deriva, que responde al lema « exigamos más para alcanzar a mercados específicos » (la cual es comprobado también en casos europeos). Sin embargo, según un investigador de la universidad involucrado en el proyecto, éste es el único medio de proteger una calidad específica que no se produce en otros lugares de Brasil. Esta es una de las razones principales que habrían impulsado a los productores implicados en el proyecto a acordar un reglamento de difícil cumplimiento. Finalmente, estas decisiones de la Asociación de productores explicarían en gran parte el bajo volumen de producción ofrecido por este proyecto²².

²¹ Los consumidores buscan alimentos sanos, entre una variada gama de productos, de calidades en términos de apariencia, de gusto, de valor nutritivo y de aspectos prácticos en los que cada vez más se asegura que en su producción se respeta el medio ambiente

²² En la programación del frigorífico, los productores y el Sebrae prevén que para 2010 aumente la faena de 50 a 100 animales por semana con una evolución del número de productores asociados de 66 en agosto de 2008 a 200 en diciembre de 2010 (<http://www.sigeor.sebrae.com.br>)

II-b. Los casos fallidos en la planicie central argentina

La planicie central argentina comprende una superficie de 55 millones de hectáreas y cuenta con 31.8 millones de cabezas (Rearte D., 2007). Hasta principios del siglo XIX, la explotación del ganado criollo, se reducía a la cacería (vaquerías) de vacunos. De estos se aprovechaba en una primera etapa el cuero y luego se comenzó a preparar tasajo (carne seca y salada). Durante el siglo XIX este producto fue exportado a la isla de Cuba y destinado a la alimentación de los esclavos que trabajaban en las plantaciones de azúcar. Los cueros eran destinados principalmente al mercado europeo (Gaignard R., 1979).

En la segunda mitad del siglo XIX, se importan los primeros reproductores de razas “británicas”: Shorthorn, Polled Hererfod y Aberdeen Angus. Sin embargo, la generalización de estas razas no se concreta sino a fines del siglo XIX. En esta época se generaliza la utilización de los sistemas de conservación para la exportación de carnes con destino a Inglaterra. Esto estimula a la generalización de las razas británicas en los rodeos locales y para el año 1910, las razas británicas (principalmente Shorthorn) predominan en los rodeos locales (Giberti H., 1969).

La emergencia de los proyectos de diferenciación mediante Indicaciones Geográficas

A mediados de la década de 1990, en Argentina, emergieron diversos proyectos que buscaron comunicar una DO para las carnes vacunas. El primero de estos proyectos emergió en el año 1995 en la provincia de Entre Ríos²³. Si bien el proyecto no evocaba la denominación pampa, el interés que reviste el proyecto “carne vacunas entrerrianas” es la de constituir el primer intento de comunicación de una Denominación de Origen para carnes vacunas en Argentina. En este caso, la escala territorial de demarcación se apoyaba sobre los límites de un territorio administrativo como la provincia de Entre Ríos.

Desde nuestro punto de vista una falencia de este proyecto de comunicar una DO. Es la intención de asociar la calidad de un producto con un área administrativa. De hecho, dentro de ésta provincia se identifican áreas agro-ecológicas con particularidades paisajísticas y

²³ Autores como el geógrafo francés, Romain Gaignard, no incluyen a la provincia de Entre Ríos dentro de la región pampeana argentina

culturales contrastantes²⁴ y con una diversidad pedo-climática capaz de inducir divergencias en las características de las carnes producidas.

Posteriormente, otros proyectos que buscaron comunicar una DO para sus productos, delimitaron áreas de producción en áreas administrativas a escalas más reducidas que una provincia.. Es el caso del proyecto denominado “*Ternero del Centro*” de la provincia de Buenos Aires el cual se limitaba a un número reducido de Distritos. Desde nuestro punto de vista, este proyecto presenta una escala territorial muy reducida y sin elementos suficientes que permitan diferenciar al producto de los ofrecidos en el resto de la planicie central argentina.

El proyecto mas importante de construcción de una DO para carnes de esa región, comprende los distritos abarcados por la denominada Cuenca del Salado²⁵. Esta zona abarca un total de 9 millones de hectáreas.

Una mirada al proyecto “*Carnes Pampa del Salado*”, permite comprender mejor las potencialidades y las limitantes de proyectos de comunicación de una Indicación Geográfica para las carnes vacunas de la planicie central argentina. El consorcio Pampas del Salado reunía hacia fines de 2004 a más de 700 productores los cuales auto certificaban unos 165.000 vacunos. Los productores se agrupaban en torno a una red comprendida por 21 Asociaciones Rurales.

El objetivo declarado por los miembros del proyecto era el de “identificar y registrar las características intrínsecas de la cría de ganado bovino bajo un sistema extensivo tradicional de la región, con alimentación a pasto, la no utilización de productos hormonales de crecimiento (mas tarde prohibido por el SENASA), Bienestar Animal y recomendaciones

²⁴ El INTA reconoce 5 zonas agro-ecológicas en esta provincia: en el sur, en el delta del Paraná predominan islas inundables humedales, en el centro dos zonas agro-ecológicas con condiciones para el desarrollo de actividades agrícola-ganaderas, el relieve ondulado domina el paisaje. Es lo que se conoce como las cuchillas entrerrianas. En el norte, predominan el monte hacia el oeste y la zona citrícola y forestal al oeste. Desde el punto de vista cultural, las comunidades locales se asemejan más al pueblo uruguayo que a la pampa argentina

²⁵ El proyecto dejaba abierta la posibilidad de incorporar distritos limítrofes a la Cuenca del Salado

de sanitarias y de manejo del rodeo (Acosta D. y otros, 2004) Las razas de los vacunos certificados eran Aberdeen Angus y Hereford y sus cruzas²⁶.

Una primera amenaza externa fue la implementación de un sistema oficial de trazabilidad impuesto por el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA). El mismo fue destinado inicialmente a identificar únicamente el ganado de exportación, se asemejó al sistema desarrollado por el Consorcio. Pero el sistema oficial no exigió, al resto de los productores pampeanos, el mismo nivel de generación y comunicación de información (relativa al proceso de producción) que se auto imponían los productores involucrados en este proyecto.

La implementación de esas medidas oficiales llevó a los actores involucrados en este proyecto interrogarse sobre el futuro del Consorcio dado que los compradores no asignaban valores diferenciales a los productos trazados y con información.

La respuesta más elocuente a estos interrogantes se evidencia en la situación actual del proyecto. Se observa un debilitamiento extremo de las estructuras y un riesgo concreto de desactivación definitiva del mismo

El impacto negativo de estas políticas de Estado, se vieron agravados a partir del año 2005 con las políticas de restricción y prohibiciones temporarias de las exportaciones de carnes. Estas políticas no mejoraron ciertamente la situación de este tipo de proyectos.

Otras fuentes, indican la incidencia de problemas internos al proyecto. Por un lado, “el equipo de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires (FAUBA), encargado de asesorar a los animadores del proyecto, apuntaba a una oferta expandida con vistas al mercado global ... los delegados de las “Comisiones Locales” representantes en el Consorcio Pampas del Salado apuntaron a un escenario local de venta de terneros en el oeste de invernada” (Palau y otros, 2007, p135). Finalmente en 2003 el equipo de la FAUBA se retira del proyecto.

²⁶ En algunos protocolos se aceptan cruza con razas cebuínas siempre y cuando el aporte de esas razas no exceda la participación de 3/8

Un elemento de relevancia y omitido en dicho proyecto, es que toda propuesta de construcción de una IG debe incluir al conjunto de los actores que conforman la cadena. En este caso, es llamativa la ausencia de industriales y exportadores.

El análisis de los proyectos de construcción de una Indicación Geográfica nos conduce a destacar también que ninguno de ellos consideró a toda la planicie central argentina como escala pertinente para la construcción de una Indicación Geográfica. Por otra parte, en todos los casos se propuso la comunicación de una Denominación de Origen, pero en ninguno de esos casos se evocó la posibilidad de comunicar una IG para estos productos. Por último, debemos señalar que hasta el momento, ninguno de estos proyectos ha cumplido con el objetivo de comunicar una IG para las carnes vacunas locales.

La amenazas a la tipicidad de las carnes por la agriculturización y por la demandada del mercado interno

La tipicidad y el renombre de las carnes de la planicie central argentina descansa sobre su imagen de carnes naturales, proveniente de ganado “británico”, a edades precoces, y que son engordado en sistemas pastoriles (Champredonde M. y Casablanca F, 2002).

En la última década, dos procesos de gran impacto generan una creciente “*deslocalización*” de su calidad a partir de una creciente *artificialización* de la nutrición de los vacunos y la implementación de saberes tecnico-científicos “*deslocalizados*” (Champredonde M., 2008). Ambos procesos conocieron un desarrollo importante durante la década de 1990.

a) El primero de ellos parte del protagonismo creciente de las cadenas de supermercados, en las etapas de faena y venta a consumidor de carnes vacunas. De una participación del 25 % en el año 1984, se pasó a un 57 % en 1999 (Nielsen AC., 1999).

La necesidad de asegurar la terneza de la carne a un consumidor exigente y expuesto a la alta incertidumbre que implica la elección de carnes en góndola, habría impulsado a los supermercados a privilegiar la compra de animales engordados en sistemas intensivos (Champredonde M., 2001). Por otra parte, si bien estos compradores prefieren la hacienda engordada en Feed Lots, los mismos ofrecen cotizaciones diferenciales por vacunos de producciones pastoriles, alimentados con niveles medios a altos de suplementación. Esta

cotización diferencial constituye un estímulo de importancia al desarrollo de la suplementación.

b) Sin embargo, el factor que mayor influencia tendría sobre el desarrollo de la suplementación, es el denominado proceso de *agriculturización*. Éste implica el aumento de la superficie destinada a la agricultura y el incremento exponencial en la utilización de agroquímicos y de la implementación de la práctica de siembra directa (www.sagpya.mecon.gov.ar). El impacto mayor de este proceso sería la marginación de la ganadería a los terrenos menos productivos (Rearte D., 2007). A nivel de las prácticas de producción bovina, provocaría una creciente “artificialización” de la nutrición de los vacunos, dado el uso creciente de silajes y/o granos de maíz y sorgo, o de alimentos balanceados, en la etapa de engorde.

A nivel de las explotaciones agropecuarias, la *agriculturización* refuerza la *especialización* de la mano de obra en actividades agrícolas y ganaderas en forma disociada (Champredonde M, Tourrand JF, 2007).

La gestión de las prácticas ganaderas, especialmente las de engorde, se basa cada vez más en conocimientos técnicos-científicos. Esto equivale a la movilización de saberes “deslocalizados” que circulan en redes profesionales relacionadas con los centros de innovación técnico-científica. En este tipo de sistemas de producción, se ve relegada la movilización de Saberes Empíricos Colectivos Localizados (Bouche R., Bordeaux, 2006) construidos a lo largo de más de un siglo.

Sin embargo, se observa un impacto diferencial de este proceso entre los productores locales. Trabajos de investigación, sectorizados en el sudoeste bonaerense, ponen en evidencia que el nivel de “*complejización*” y “*artificialización*” de las prácticas ganaderas varía en función de: la edad media de los decisores, la disponibilidad de recursos económicos extra-prediales y del proyecto de vida del productor y su familia (Champredonde M. y otros, 2007 b). Una primera estimación nos lleva a postular que este proceso de artificialización de la alcanzaría a más del 40 % de las carnes producidas en la planicie central argentina.

III. Intereses y límites de las I.G. frente a realidades sociales, productivas y de mercados contrastantes

III-a. La codificación de los sistemas técnicos

Uno de los aspectos relevantes, que emerge de la comparación de los casos argentino y brasileño, es el proceso de acuerdo para la codificación de las prácticas de producción. Normalmente en el caso de una Denominación de Origen, estas prácticas se deberían corresponder con saberes locales que confieren tipicidad al producto (Casablanca y otros, 2006). En el caso de una Indicación Geográfica²⁷ (IP para Brasil e IG para Argentina), la codificación de las prácticas puede estar también orientada a obtener productos de calidad superior. En el caso del proyecto brasileiro, el proceso de codificación de las prácticas productivas parece estar más orientada por criterios comprendidos en la segunda opción. En la región de la Campanha Meridional la elección de la cría exclusiva de razas británicas puras lo cual contrasta con la gran heterogeneidad de la genética vacuna local.

La elección de las razas británicas puras fija condiciones similares a las que caracterizaron históricamente a las carnes exportadas desde argentina. La observación de este componente del protocolo nos conduce a interrogarnos sobre las bases que se efectuó esa elección. Si tenemos en cuenta que las carnes vacunas de la Campanha Meridional alcanzaron un cierto renombre en el mercado interno brasileiro, si el objetivo del proyecto fuera únicamente diferenciar las carnes en ese mercado, ¿Cual sería el motivo que justifique fijar normas que no se condicen con la realidad de la ganadería local en su conjunto?

En lo concerniente al régimen de alimentación de los vacunos en el caso brasileiro se pone acento explícito en la dieta exclusivamente pastoril. Se propone entonces la oferta de carnes naturales y sanas, es decir alimentadas sin aditivos potencialmente peligrosos para la salud humana y con un perfil óptimo de ácidos grasos (Irurueta y otros 2007).

Este protocolo de producción expone también un tema central para la promoción del desarrollo territorial sostenible. La inclusión de los aspectos relacionados al impacto ambiental de las actividades productivas. Se exhiben objetivos explícitos de reforzar una actividad ganadera rentable, que evite el sobre pastoreo de los pastizales naturales, y que

²⁷ Según la denominación que adopta la normativa europea.

limite el desarrollo de actividades productivas con impacto ambiental negativo como por ejemplo la forestación con especies introducidas como el eucaliptus.

En la planicie central argentina el protocolo de producción de proyectos como el de las “*Carnes Pampa del Salado*” presentaba motivaciones y comunicaciones similares, acerca del impacto ambiental de la producción ganadera, y generaba debates en ese sentido. En la actualidad, la ausencia de proyectos de ese tipo ha provocado un vacío de debates a nivel de productores, instituciones relacionadas con el sector y público en general. Se observa también la ausencia de proyectos que propongan estrategias grupales orientadas a la preservación del medio ambiente y de los conocimientos locales que lo hagan posible. En esta región, los debates se limitan al intento de reglamentar en los distritos o provincias para regular la instalación y funcionamiento de los feed lots. El resultado de estos debates es variado pero generalmente con escaso impacto sobre la aplicación de las normas que eviten la contaminación de las aguas superficiales y subsuperficiales por los desechos de los feed lots.

III-b. Mercados y organizaciones: entre coordinación y exclusión

Los criterios adoptados en la confección del protocolo de producción determinan en gran medida el abanico de productores potencialmente concernidos por el proyecto. En el caso del Consejo de Promoción de las carnes vacunas de la Campanha Meridional se observa que la construcción del protocolo de producción privilegió en gran medida criterios implementados en la planicie central argentina por productores abastecedores de mercados europeos²⁸. Según las estimaciones efectuadas en 2003 los vacunos de razas británicas serían minoritarias en los rodeos locales (alrededor del 6.6 % en razas puras y 7.4 % en cruza con razas europeas). Por ello, a pesar de estar orientados a un mercado próximo (situado en el mismo Estado de Río Grande do Sul), criterios como la cría de razas británicas puras generaría una marginación importante de rodeos locales. Principalmente a las explotaciones familiares, dada la heterogeneidad genética de sus rodeos.

Los aspectos relacionados a la nutrición animal agregan una dificultad suplementaria para el cumplimiento del protocolo. La imposibilidad de corregir las bajas disponibilidades de

²⁸ Estos últimos lo hacen dentro del cupo de importación con bajos aranceles denominado Cuota Hilton

forraje en las estaciones invernales con suplementos, comprometerían la posibilidad de completar el engorde de los vacunos antes de los 36 meses de edad. Se excluyen así a las explotaciones con manejo poco tecnificado en el aprovechamiento de los pastizales naturales. Según la información disponible, los problemas de sobrepastoreo afectarían principalmente a las pequeñas explotaciones familiares.

En el caso de la planicie central argentina los requerimientos sobre la genética no constituyen un impedimento de relevancia para la gran mayoría de los productores locales. La similitud con el caso brasilero reside en las dificultades para cumplir con las normas relativas a la nutrición animal. Una limitación importante en la implementación de prácticas de suplementación, generaría la marginación de un gran número de explotaciones. La práctica creciente de suplementar en los sistemas pastoriles, resuelve problemas que plantea el proceso de *agriculturización* y contribuye a disminuir la heterogeneidad o un engrasamiento deficiente de las reses.

La naturaleza de estas restricciones nos condujo a postular la hipótesis que los productores que se pueden involucrar con mayor facilidad en un proyecto de este tipo serían aquellos que en la actualidad forman parte de los grupos orientados a la exportación a Unión Europea (dentro de la cuota Hilton) y cuyas explotaciones se ubican dentro de la planicie central. Estos constituirían la base para el hipotético inicio de un proyecto de construcción de una IG “carnes pampeanas” (argentinas)²⁹.

En la actualidad, estos productores exportan bajo protocolo certificado, alrededor de 2.600 toneladas de carne por año lo que equivale a la faena de 105.000 vacunos. Este tipo de proyecto involucra generalmente a productores que forman parte de redes socio-técnicas con perfil empresarial. En general se trata de explotaciones medias a grandes.

Entre los factores que bloquean las iniciativas de construir una IG para las carnes de la planicie central argentina, identificamos potenciales conflictos locales que encierra este proceso de diferenciación. La iniciativa de diferenciar carnes producidas en sistemas pastoriles, podría generar conflictos al interior de las Instituciones que representan al sector. Por ejemplo, en el seno de espacios interprofesionales, generaría la reacción de la

²⁹ De hecho, las exigencias impuestas por la Unión Europea a los productores argentinos, serían las que inspiraron la construcción de los protocolos en el sur de Brasil.

Institución que representa a los engordadores a corral (Feed Lots). Generaría resistencia, además, en los grandes distribuidores de carne pues los forzaría a diferenciar productos provenientes de sistemas intensivos de engorde que en la actualidad ofrecen bajo la imagen de productos naturales.

Mas allá de las particularidades de cada proyecto y de cada terreno, en ambos casos (Argentina y Brasil) el protocolo de producción genera una selección hacia aquellos productores que por su lógica de producción son capaces de ajustar todos los componentes del sistema de producción a las exigencias de los protocolos. En el caso brasilero el mecanismo de exclusión afectaría principalmente a las explotaciones familiares pequeñas y medianas. En el caso argentino, a las explotaciones con mayor nivel de *artificialización* de la nutrición animal.

III-c. La diferenciación utilizando el renombre de la denominación «Pampa» en las estrategias de los actores

La denominación pampa, sinónimo de carnes de calidad, resulta atractiva para la diferenciación de carnes, especialmente en el mercado europeo. El hecho de que los cortes con mayor cotización en ese mercado sean los que ingresan desde Argentina dentro de la cuota Milton explica el hecho que el protocolo de producción en la Campanha Meridional exija la cría de razas británicas (y sus cruza) y el engorde a pasto.

Los productores de la Campanha Meridional, basan su estrategia de certificación capitalizando la reputación de sus carnes en el mercado interno brasilero mediante una IP. Dado el renombre de la denominación pampa en el mercado internacional, se trata de rescatar los elementos locales que lo acercan a las características que contribuyeron a construir la imagen positiva de las carnes de la pampa en el mercado internacional. A pesar de que la competencia en el mercado interno los enfrenta a carnes que provienen de razas cebuínas, el protocolo de producción no se basó tanto en las características de la ganadería local que contribuyeron a generar el renombre en el mercado de Brasil. Se priorizó como objetivo la calidad que se debería alcanzar para diferenciar sus productos en el mercado europeo. Esto explicaría el por qué, este proyecto ha elaborado un protocolo que logró incluir solamente a un grupo de 66 productores que llegan a faenar 50 animales por

semana. Finalmente, este volumen no alcanza para generar un volumen interesante de carnes diferenciadas en el mercado interno.

La realidad en la planicie central argentina presenta diferencias. La denominación carnes argentinas es sinónimo en el mercado internacional de carnes de la pampa. Carnes argentinas es sinónimo de carnes de calidad y que provienen de razas británicas criadas en sistemas pastoriles. Y esa denominación es suficiente para alcanzar las máximas cotizaciones para cualquier carne que provenga de Argentina y que respete las características exigidas en términos de tamaño de cortes y grado de engrasamiento.

Respecto a la nutrición, la Unión Europea exige una identificación de los animales según el sistema de producción. En la cuota Hilton sólo se puede incluir carnes producidas en sistemas pastoriles.

Existe entonces un aprovechamiento de una renta diferencial que significa alcanzar altas cotizaciones sin que la producción se desarrolle necesariamente en la planicie central, o que incluya exclusivamente a razas vacunas británicas. Esto desalienta el desarrollo de estrategias que excluya a determinados productos y que además no se reflejen en una mejor cotización de los productos.

Por otra parte, iniciativas de este tipo, impulsadas desde la “interprofesión”, generaría situaciones de conflicto interno dada la oposición de las Asociaciones de Ganaderos de razas compuestas con genética cebuína y de las que agrupan a productores de regiones aledañas a la planicie central. En la actualidad, esos productores exportan carnes bajo la denominación carne argentina.

En el mercado interno, la diferenciación de las carnes criadas en sistemas pastoriles no beneficiaría ni a la industria ni al sistema de distribución, dado que los consumidores asumen al conjunto de las carnes ofrecidas como provenientes de sistemas extensivos. A nivel de los productores, una diferenciación de este tipo restringiría el abanico de prácticas productivas, sin la obtención de cotizaciones superiores para sus vacunos.

Conclusión

El protocolo de producción de la carne vacuna de la pampa, coincide con lo que exige la Unión Europea a los exportadores argentinos que abastecen ese mercado dentro de la cuota

Hilton: razas británicas (Angus y Hereford) y sus cruzas, criadas en sistemas pastoriles. Estas cláusulas generan dificultades para la generalización del cumplimiento de los mismos en ambos terrenos de estudio.

La presencia de esas dificultades para una posible generalización de la práctica del protocolo, constituye un indicador de posibles distorsiones en el proceso de construcción de la IG. Si el protocolo de producción se correspondiera con las prácticas típicas del espacio geográfico en cuestión, ¿Cuáles son los factores que inducen la divergencia entre las exigencias de protocolo y las prácticas generalizadas localmente?.

En el caso de la planicie central argentina, la tendencia a la *artificialización* de la dieta de los vacunos, por el incremento de la suplementación, se revela como la limitante mayor. Esta tendencia se ve estimulada, tanto por el fenómeno de *agriculturización*, como por señales del propio mercado interno. Es cierto que una IG se torna más interesante para el mercado externo, especialmente el europeo. Sin embargo, los actores locales de este sistema agroalimentario se ven poco estimulados a involucrarse en un proceso de construcción de una IG. Sin embargo, el renombre que tienen sus productos en los mercados internacionales hace que estas carnes conozcan las máximas cotizaciones a las que se puede aspirar en los mercados abastecidos.

Los repetidos fracasos de proyecto que se orientaron a comunicar una Denominación de Origen bajo la denominación pampa, para sus productos, son reveladores también de las contradicciones y de las debilidades del marco normativo e Institucional argentino. La falta de reglamentación de la ley, constituye uno de los frenos mayores para este tipo de estrategias.

Deben considerarse además, los posibles conflictos que podría generar este tipo de diferenciación, frente a proyectos que ofrecen carnes que no provienen de la planicie central argentina o que exceden la participación de la genética cebú que fijarían esos protocolos.

En el caso de la campaña meridional, las dificultades mayores parecen provenir de la rigidez e inadaptación del protocolo de producción, respecto a las particularidades de los sistemas de producción local. La exigencia de la cría exclusivamente de razas británicas y sus cruzas (14 % del rodeo local) y la terminación exclusivamente a pasto, marginaría a la

mayoría de las explotaciones locales. Esta exclusión sería más acentuada en las explotaciones familiares que en las de mayor tamaño. La divergencia entre el protocolo y la realidad de los sistemas de producción local, residiría en la primacía de los objetivos de adaptación a mercados con alto nivel de exigencia por sobre las particularidades locales.

Emerge entonces el debate la utilidad de las IG como herramienta de marketing, que faciliten el acceso a los mercados internacionales. En el caso de las carnes de la planicie argentina, las altas cotizaciones de las que gozan las mismas, dado su renombre, desestimula la construcción de una IG(P). Esta situación representa una contradicción dado que este tipo de sello se basa justamente en el renombre que ha adquirido un producto, asociado a su territorio. Para los productores de la campaña meridional, la fuerte orientación de la IP al mercado constituiría un mecanismo de exclusión.

Finalmente, nos interrogamos sobre las limitantes de las IG como herramientas para la promoción del desarrollo territorial. Tanto en el caso argentino como en el brasilero, este tipo de proyecto tiende a incluir únicamente a aquellos productores cuya lógica de funcionamiento permite la adaptación del sistema productivo y de gestión al cumplimiento de protocolos de producción.

BIBLIOGRAFÍA

CARDELLINO, R.A., 2000, *Animal Genetic Resources In Southern Brazil*, Archivos de zootecnia vol. 49, núm. 187, p.327- 331.

CASABIANCA, F., SYLVANDER, B., NOËL Y., BÉRANGER, C., COULON, J.B., & RONCIN, F. (2005) *Terroir et Typicité: deux concepts-clés des Appellations d'Origine Contrôlée. Essai de définitions scientifiques et opérationnelles*. In Proceedings of the International Symposium "Territoires et Enjeux du Développement Régional", (22p) Lyon, France

CHAMPREDONDE M, ALBALADEJO C., ERCOLI F., 2008, *Local territorial insertion of cattle breeders and artificialization of production systems: logics of cattle feeding in the Southwest of argentine pampa*, En XII Congreso Mundial de la Asociación

Internacional de Sociología Rural (IRSA), 6 a 11 de julio de 2008, Goyang, Corea del Sur, 23 p.

CHAMPEDONDE M., COUDERC J., TOURRAND JF., 2007, *Factores explicativos de la implementación de la suplementación y sus modalidades en bovinos*. En actas del 30° Congreso Argentino de Producción Animal, 3 a 5 de octubre de 2007, Santiago de Estero, Argentina

CHAMPREDONDE M. CASABIANCA F., 2002, *Quelles échelles territoriales pour des politiques publiques favorisant la construction d'appellation d'origine ? Le cas des viandes bovines pampéennes en Argentine*. En coloquio internacional « Systèmes agro-alimentaires localisés : produits, entreprises et dynamiques locales ». 16 a-18h Octubre de 2002, Montpellier, Francia

FELIPPI E. E., 2001, Ecosystèmes et pauvreté: la pampa brésilienne et les facteurs institutionnels et historiques dans la formation d'un développement inégal, In Colloque « Pauvreté et Développement Durable », Bordeaux 22–23 novembre 2001), 17 p.

FILIPPI E REQUIER-DESJARDINS D., 2004, Intégration régionale et trajectoires de développement territorial : l'exemple du sud du Brésil dans le MERCOSUR Colloque EMMA, Faculté de Sciences Économiques, UNED, Madrid, 4 et 5 Juin 2004

GIBERTI H., 1985, *Historia Económica De La Ganadería Argentina*, Ed Hyspamérica, Buenos Aires, 275 p

MALAFIA G. C., BARCELLOS J. O. J., AGUIAR L. K., AZEVEDO, D. B., PINTOS M., 2007, Building competitive advantages to the livestock farming in Rio Grande do Sul: the case of the indication of origin to the “meat of the Gauchos Pampas”, In 17th annual world symposium “International food and agribusiness management association”, Parme (Italie), 2007, 17 p.

- MALAFAIA G., BARCELLOS J., 2007, *Sistemas Agroalimentares Locais E A Visão Baseada Em Recursos: Construindo Vantagens Competitivas Para A Carne Bovina Gaúcha*. Revista de Economia e Agronegócio, Vol. 5, Nº 1
- MORAES A., MARASCHIN G. E.; NABINGER C., 1995, Pastagens nos ecossistemas de clima subtropical : pesquisas para o desenvolvimento sustentável, In: SBZ. (Org.). Simpósio sobrepastagens nos ecossistemas brasileiros : pesquisas para o desenvolvimento sustentável. Brasília, DF, Soc. Bras. Zootecnia, p. 147-200.
- NABINGER C., 2007, Os campos Sul-Brasileiros : Bioma Pampa como parte dos campos sulinos. Porque uma IG dentro do Bioma? Como delimitar esta IG ? Présentation (Bento Gonçalves), octubre 2007, 47 diapositives.
- RIBEIRO C. M., 2001, Pecuária familiar na região da campanha do RS : definições e estratégias, 21 p.