

2° Encuentro Nacional de Gestión Cultural

*Diversidad, tradición e innovación
en la gestión cultural*

Tlaquepaque, Jalisco. Octubre 14 al 17, 2015

GESTIÓN CULTURAL DE UN PRODUCTO ARTESANAL: QUESO COTIJA REGIÓN DE ORIGEN

Esteban Barragán López*. Pedro Huitzilihuitl Ovando
Flores*

*El Colegio de Michoacán



Introducción

Los procesos de gestión son en sí complicados, lograr una amalgama entre productores, academia e instancias gubernamentales se torna difícil, pero no imposible. Todo comienza con una pequeña inquietud capaz de mover voluntades al socializarla; le sigue un proyecto colectivo que sienta las bases sobre las cuáles se pondrá en marcha todo un proceso de gestión cultural. No obstante en ocasiones contar con un proyecto adecuado y consensado, aunque es necesario no es suficiente, porque los intereses y condiciones que existen entre sus participantes -más el cambiante contexto externo- son diversos. El reto es mantener el interés y la cohesión de los actores sobre el rumbo trazado en un proyecto, lo cual es toda una aventura y, como tal, todo proceso enfrenta y conlleva un futuro incierto.

El objetivo de la presente ponencia es exponer de manera general los planteamientos, procedimientos, logros y dificultades relativos al proceso de gestión socio institucional llevado a cabo en aras de preservar la cultura y el sistema de producción del Queso Cotija Artesanal en su último reducto, que es la región serrana en los confines de Jalisco y Michoacán, concretamente en la zona de confluencia de los municipios jaliscienses de Santa María del Oro y Quitupan, con el de Tocumbo y Cotija, Michoacán.

Si bien en este documento se aborda el caso específico del queso cotija, consideramos que el proceso que este caso ha seguido no es tan particular; al contrario, esperamos que se encuentren paralelismos, puntos de comparación o de referencia con otras intenciones, y sobre todo con otros procesos, de activación y gestión de bienes culturales, específicamente de los diversos productos obtenidos aún mediante técnicas artesanales aprendidas de la tradición o costumbre, sean para usos alimentarios, medicinales, rituales, utilitarios o suntuarios; los cuales enfrentan cada día mayores retos para no sucumbir ante los embates de una normatividad oficial, dictada por los intereses económicos de los industriales, que pretenden apropiarse, suplantar y desplazar todo el conocimiento y producción tradicional.

En este orden de ideas, el caso del queso Cotija no será tan diferente a todos los procesos que intenten salvaguardar de dicha acometida un producto -o una expresión social- de alta densidad cultural; es decir, todo aquel producto que representa, para propios y extraños, un referente identitario debido a que en él se condensa -y en torno a él gira- todo un fino sistema de conocimientos, de producción y reproducción social y económica, alimentado por hondas raíces históricas con fuerte anclaje a un territorio determinado culturalmente. En esta era de la información, en la cual se prevé que el modelo industrial será cada vez menos sostenible, se abre una esperanza para el repunte de esos productos y expresiones humanas de alta densidad cultural.

La riqueza cultural frente a las promesas de la globalización¹

Dentro del reciente paradigma de “la tecnología de la información” que viene a sustituir al modelo industrial inspirado en la teoría del desarrollo, Castells (2001) plantea que hoy el mundo está organizado en redes sin centro, lo que irá rompiendo paulatinamente la dinámica Norte-Sur, toda vez que estas redes son el nuevo motor social. En este mismo orden de ideas, encontramos en ascenso una cultura globalizada, una ideología o bandera de lucha de doble filo: esa tecnología que sirve para el intercambio comercial y financiero también sirve para transmitir a escala planetaria los conocimientos de cada uno de los pueblos.

En la medida que la red tiende a homogeneizar los productos de cualquier parte del mundo, se plantea que el gran desafío de América Latina es añadir valor agregado a sus manufacturas (artesanías y alimentos obtenidos de manera artesanal), porque su gran riqueza cultural no debe caer en la falsa promesa de la globalización que es el estándar que achata los productos, que elimina las diversas formas de elaboración y la expresión cultural. La globalización económica también significa diversificación de mercados y los productos específicos, con

¹ Información tomada de un amplio artículo de Barragán L. E. (2003).

denominación de origen, con particularidades culturales que los hacen diferentes a los productos industriales, también tienen una acogida extraordinaria y hasta un sobreprecio en los mercados mundiales.

El reconocimiento de ese sobreprecio y la disposición de ciertas personas a pagarlo van constituyendo un mercado distinto o un tipo de consumidor mejor informado que orienta su actuación por una serie de criterios muy distintos a los establecidos por la industria (calidad, higiene, inocuidad, entre otros), que comúnmente se encuentran en el mercado convencional. Los nuevos mercados o nichos de mercado, se rigen más bien por otro tipo de orientaciones, en el caso de los alimentos, estos deben estar elaborados o producidos libres de químicos – pesticidas, fertilizantes, conservadores etc.- por precauciones de salud o gustos estéticos. La parte extra que pagan por un producto artesanal u obtenido mediante un proceso natural es considerada como una justa contribución a los productores que, por sus bajos volúmenes de producción frente a sus altos costos unitarios y dificultades socioeconómicas estructurales, están cada vez en mayor peligro de extinción (González, Linck, Moguel, 2003).

Estas reorientaciones éticas, productivas y comerciales aunadas a las que se observan en las instituciones gubernamentales y académicas, pueden considerarse esperanzadoras para los que hasta ahora han estado excluidos de los sucesivos programas de desarrollo en todas sus orientaciones. Frente a dichas personas, grupos y regiones se empieza a reconocer ya, como efecto agravado por la globalización, una agravante “deuda social”. Asimismo se plantea que un mecanismo de pago presumiblemente favorable para los excluidos podría ser la revalorización de su producción cultural y material, mediante procesos de revaloración de sus manufacturas (artesanías y alimentos).

Para los fines de este trabajo, acotaremos la noción de protección jurídica de productos agrícolas a las figuras de Marca Colectiva (MC) y a la de Denominación de origen (DO), ambas a cargo del Instituto Mexicano de la Protección Industrial (IMPI). En este Instituto “se entiende por Denominación de Origen, el nombre de una región geográfica del país que sirve para designar un producto originario de la misma, y cuya calidad o características se deban exclusivamente al medio natural

y humano”. La Marca Colectiva “es el signo destinado a ser colocado en productos para indicar especialmente que han sido elaborados o fabricados por un grupo de personas o en cierta localidad, región o país determinado” (IMPI, 2013)

Se acota de esta manera debido a que el caso que nos compete, y del cual describimos el proceso de gestión, obtuvo en 2005 la primer MC otorgada por el IMPI a un alimento transformado artesanalmente, con más de 400 años de historia y anclado a un territorio, tal es el caso del Queso Cotija, cuya Región de Origen es la sierra limítrofe entre Jalisco y Michoacán.

Bases del proyecto de revaloración económica y cultural de un producto artesanal alimenticio

El proyecto² se planteaba como objetivo general contribuir al fomento y revaloración del patrimonio cultural heredado y resguardado por los habitantes de los ranchos de la región productora del queso cotija, impulsando el proceso social, organizativo, tecnológico y comercial, tendiente a lograr la denominación de origen de ese queso; proceso que se propuso como detonador de un desarrollo regional integral y orientado hacia la equidad social, la rentabilidad económica mediante la innovación tecnológica y la sostenibilidad ecológica. La retribución más justa al trabajo, el respeto y el mejoramiento de las condiciones y la calidad de vida de quienes habitan la sierra, mediante la reanimación de la cultura del hábitat disperso, ha representado desde su concepción el fin último de este proyecto.

Sus objetivos específicos fueron continuar, ampliar y hacer confluir los esfuerzos académicos, tecnológicos, gubernamentales, civiles y de productores, logrados hasta ese momento, para concretar, interdisciplinaria e interinstitucionalmente, las acciones que implicase el proceso de reconocimiento del origen del queso Cotija, de su protección legal y de su revaloración económica y cultural.

Desde entonces, suman ya 18 años de esfuerzo ininterrumpido en estas líneas de trabajo por parte de los productores de queso cotija, a las cuales se han

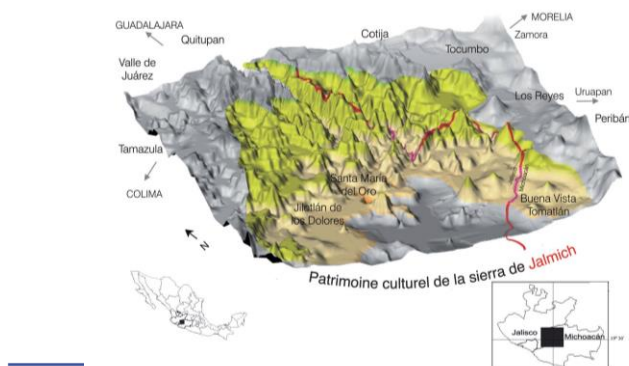
² Barragán L. E., Chombo M. P. y Álvarez B. R. (2002)

adherido de manera muy intermitente, autoridades locales y estatales de Michoacán y Jalisco, así como algunas federales como el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), además de centros de investigación en ciencias sociales como El Colegio de Michoacán (Colmich), y en tecnología como el Centro de Investigación y Asistencia en Tecnología y Diseño del Estado de Jalisco (CIATEJ). En casi todos los intentos, lo que se busca son alternativas de desarrollo para una región marginada y en vías de despoblamiento. Consideramos que esta tendencia al despoblamiento nos enfrenta al riesgo de pérdida irreversible del patrimonio acumulado por la ancestral cultura del hábitat disperso en los ranchos de las sierras de ocupación mestiza del país (vertientes de las tres Sierras Madres y del eje neovolcánico transversal principalmente), dentro de las cuales se encuentra la sierra de Jalmich, último reducto cultural y de producción del queso Cotija genuino (Cf. Barragán, E. y Rogelia Torres, 2014)

Zona de producción

La producción artesanal del queso Cotija se ha reducido (de una gran región que reconocía a Cotija como lugar central hasta hace 50 años) a los ranchos más alejados de los centros urbanos, con difícil acceso y en tierras sumamente accidentadas. Una de las principales zonas ganaderas donde radican estos tenaces y tal vez últimos productores, se localiza en las inmediaciones serranas de Jalisco y Michoacán, cuyo núcleo geográfico comprende el municipio de Santa María del Oro y el extremo sur del de Quitupan, Jalisco, así como la parte sur de los municipios de Tocumbo y de Cotija, Michoacán. El resto de municipios que confluyen con este núcleo, también tienen algunos ranchos productores dentro de ésta que ha sido propuesta desde la academia y avalada por el IMPI (2005) como la región de origen del queso Cotija.

Mapa 1. Sierra Jal-Mich



Esta región se caracteriza y determina por un accidentado relieve, un poblamiento escaso y disperso en ranchos aislados, cuyos habitantes se dedican a la explotación rústica y extensiva de ganado bovino con producción de queso durante los cuatro meses de lluvia; dicha ganadería está asociada al cultivo itinerante de maíz de temporal, bajo el sistema roza-tumba-quema, en terrenos sumamente accidentados y mayoritariamente dentro del régimen de pequeña propiedad. Estas dos actividades representan los pilares de la organización ranchera del espacio serrano y son complementadas con otras actividades, como ganaderías menores, cultivos asociados al maíz y el aprovechamiento estacional de los recursos silvestres locales mediante la caza, pesca y recolección; lo cual constituye una gran fortaleza del sistema alimentario en la región (Barragán, E. y Rogelia Torres, 2015).

De la generación del conocimiento a la organización social para la gestión

Desde antes del inicio de esta aventura ya se escuchaban voces y se leían interesantes testimonios de la situación por la que estaba pasando el producto, así como algunas sugerencias para su revaloración:

- “El queso ya no vale”: clamor de los productores.
- “Con una denominación de origen, el queso Cotija podría revalorarse”:
Heriberto Moreno (década de los años ochenta).

Con todo, la actividad quesera en la región, en la segunda mitad del siglo pasado, registró una acelerada tendencia a la baja; durante dicho periodo, tanto el número de ranchos de ordeña, el número de vacas ordeñadas, como la producción de queso, cayeron a sólo un tercio. Dicha tendencia se acentuó vertiginosamente en los años ochenta y los estudios sociales realizados para ese fin, indicaban que la producción de queso en esa región amenazaba con desaparecer hacia el primer decenio de este siglo.

Frente a dicha situación y gracias a la preocupación compartida por diversos actores sociales de la región que hicieron eco al llamado desde la academia³, se inician las acciones a las que poco a poco fueron respondieron los productores y algunos funcionarios de las instituciones, hasta desencadenado todo un proceso:

1. El ayuntamiento de Cotija responde a la propuesta externa, convocando a los productores de la región (1999).
2. Acercamiento de más académicos y autoridades a los ranchos dispersos, aislados y con malas vías de comunicación.
3. Reuniones de información y capacitación (para el mejoramiento de la calidad, la certificación del origen de su producto, acceso a financiamiento y fortalecimiento de su organización).
4. Realización de la Feria Regional del Queso Cotija (ininterrumpida desde el año 2000), cuyas expectativas han sido:
 - Sacar del anonimato a los productores y a la región.
 - Promover el auténtico queso Cotija mediante la diferenciación.
 - Promover otros productos artesanales de la región.
 - Acercamiento de los productores a los consumidores.
 - Acercar información especializada (técnica y financiera) a los productores.
 - Cohesión social regional.
 - Integrar la región productora.
5. Puesta en marcha de un Consejo Regional para la Certificación del queso (CRECER), que posteriormente tomó la figura jurídica de Asociación Civil, llamada Pro Sierra de Jalmich (2002-2009), que además de aglutinar a los productores y a los Centros Públicos de Investigación, también involucró a promotores culturales y a los ayuntamientos michoacanos y jaliscienses, con jurisdicción en la sierra donde aún se produce el queso a la manera antigua.

³ Uno de los primeros fue el entonces regidor en el ayuntamiento de Cotija, el MVZ Rubén Álvarez Barajas.

Este Consejo –y luego la Asociación Civil– se abocó a diseñar el proyecto general y luego a acompañar todo el proceso y gestionar recursos para la atención de las demandas regionales, a partir de las cuales se elaboraron – sin que por ello todos tuvieran éxito- proyectos específicos, como el de la Marca Colectiva, infraestructura básica, equipamiento, financiamiento, transferencia de tecnología, promoción comercial y cultural del queso y de la región.

Desde su inicio y hasta el 2008, un aspecto central y decisivo en este proceso, y tarea asumida por la Asociación Civil, fue el Programa de mejoramiento de la calidad del queso, a cargo de la maestra Patricia Chombo Morales (CIATEJ). Todos los esfuerzos apuntaron a revertir el proceso de la desaparición del queso, y la manera como se enfocó, fue mediante la búsqueda de una protección jurídica comercial del producto: integración de un expediente y solicitud para una Denominación de Origen (DO) que finalmente se convirtió en una Marca Colectiva (MC) otorgadas por el IMPI en 2005, como ya se mencionó.

El queso y su Marca Colectiva *Cotija Región de Origen*

De manera muy similar a como se hacía en siglos anteriores, este queso se sigue produciendo de manera artesanal en la región, con leche proveniente de vacas criollas (cada vez más cruzadas con cebú y razas europeas, especialmente suizas), que pastan y ramonean libremente en los potreros serranos y selva baja caducifolia que reverdecen anualmente en la estación de lluvias. A la leche entera y fresca se le adiciona únicamente cuajo natural y sal colima artesanal; y la pasta así obtenida cada tarde es depositada sobre dos mantas de henequén contenidas dentro del aro que le da la tradicional forma cilíndrica y de gran formato al queso cotija: 20 kg en promedio, resultado de los 200 litros de leche utilizados para cada pieza.

La tradición de este queso se ha sostenido en el tiempo con gran cuidado por parte de los productores, los comercializadores y consumidores locales. Sin embargo, como ya se precisó, en los últimos decenios registró una acelerada tendencia a desaparecer. Al ser considerado en este proyecto como el bien

patrimonial más significativo de la cultura ranchera regional, se buscó despertar el interés de instancias foráneas (académicos, técnicos, planificadores y funcionarios gubernamentales), que en alianza con los productores, pudieran revertir dicha tendencia.

Tras el primer decenio de este siglo de esfuerzos de estos diversos actores, especialmente desde la academia, de intensas y sistemáticas gestiones locales, regionales y nacionales encaminadas a la búsqueda y puesta en uso de una Marca Colectiva, para proteger oficialmente y distinguir al producto auténtico de tantos que se han aprovechado de su nombre y fama, se consiguió dicha figura de protección jurídica para este queso: la Marca Colectiva *Cotija Región de Origen*.

La MC representa una protección oficial y, con ella, se busca una ventaja competitiva del producto en el mercado, al dar a los consumidores una garantía de autenticidad y calidad, y un sobreprecio a los productores; sobreprecio justificado en este caso, por las especificidades geográficas y culturales incorporadas en el producto así como por las condiciones precarias en que éstos producen, y al compromiso de apego, por parte de los productores, a determinadas normas de calidad y, en general, al conjunto de *Reglas de Uso* de la Marca.

En estas reglas se recoge el conocimiento tradicional de los habitantes de la sierra respecto del manejo de su medio geográfico, de sus recursos naturales y de sus pautas culturales, del manejo del ganado y de los ranchos (unidades de producción, administración y planeación, es decir, empresas rurales informales), de proceso de elaboración, afinación y comercialización del queso. Muy especialmente en ellas se recupera el sentido de dignidad y de orgullo del trabajo de las familias que elaboran el queso; sentido que representa la principal y más efectiva garantía del cumplimiento del compromiso de calidad que asumen los queseros frente a los consumidores, y del compromiso de ambos y de las instituciones con la preservación de este modo de vida y del medio ambiente en el que se recrea: la cultura ranchera de hábitat disperso.

Mediante el proceso que colectivamente se puso en marcha, el primero en su género en el país, la expectativa que lo sostiene es lograr una progresiva revaloración y revitalización del patrimonio natural, histórico y cultural de esta

región en favor, en primer lugar, de sus habitantes y de los consumidores y, en general, de las diversas, auténticas y ricas tradiciones mexicanas. En tal sentido se orientó la investigación social, tecnológica y la innovación, especialmente en los aspectos de organización social, en las mejoras de las prácticas de manufactura, en la maduración del queso, en nueva presentaciones y nuevos nichos de mercado para este producto, estas últimas tareas se han realizado a través del Meson del Queso Cotija⁴

Algunos logros sociales, tecnológicos y de innovación

Durante estos años de esfuerzo se han conseguido algunas metas, pero los nudos institucionales cada vez aprietan más. Pese a todo, también pueden destacarse importantes logros:

- Constitución en 2001 -y ampliación en 2002- de la Asociación Regional de Productores de Queso Cotija, bajo la figura legal de SPR.
- La realización ininterrumpida de la Feria del Queso en Cotija desde el año 2000.
- Constitución de la Asociación Civil Pro Sierra de Jalmich (2002-2009), concebida como eslabón entre los productores y los actores externos, abocada a la gestión.
- Financiamiento y transferencia tecnológica para la primera sala de ordeña (2002) (FONAES y UNAM) y apoyo a los productores de la parte de Jalisco (SEDER) para la construcción de talleres de elaboración del queso (2003-2004).
- Estudios y gestión para la obtención de la Marca Colectiva ante el IMPI (2002-2005).
- Construcción de un Centro de Articulación Productiva (CAP) con apoyo de la Secretaría de Desarrollo Económico de Michoacán (2005).
- La ejecución de algunos proyectos (Los caminos de la esperanza en la Sierra Cotija-Tocumbo, Suplader, 2004) y otros que avanzan con dificultad,

⁴ Pequeño centro de acopio formalmente constituido con la finalidad de otorgarle a los productores un lugar en donde almacenar, cortar empaquetar y vender el queso. No obstante es una pequeña empresa que lucha año con año por mantenerse a flote, debido a que las imposiciones normativas van siendo cada vez mayores.

como el establecimiento de UMA (para la conservación del venado cola blanca) en la misma sierra, 2004-2007.

- La obtención de la MC en 2005, renovada en 2013 por los siguientes 10 años⁵.
- Obtención del primer lugar en el campeonato mundial de quesos de calidad, Cremona, Italia (2006).
- Creación de la empresa Mesón del Queso Cotija, un centro de acopio, control de calidad, maduración, innovación técnica-comercial y promoción del queso de la MC; el cual se sostiene desde 2007 y, ha desarrollado nuevas presentaciones y conquistado nuevos nichos de mercado nacionales.
- La marca colectiva queso Cotija Region de Origen, ha sido la punta de lanza para la revaloración de otros productos regionales. La SEDECO del estado de Michoacán, desde la subsecretaría a cargo del Lic. Alfredo Ramirez Bedolla adoptó esta figura de protección legal como instrumento para la protección y el desarrollo de productos artesanales michoacanos y la competitividad regionales, mediante una política pública (Promiorigen, 2008), logrando, entre 2005 y 2012, la MC para cerca de 45 productos michoacanos y el liderazgo estatal en esta campo a nivel nacional.
- Construcción socio institucional y la publicación de la Norma Mexicana específica (NMX) para el Queso Cotija artesanal madurado (2010-2011).
- El Queso Cotija Region de Origen, fue presentado y utilizado como ingrediente emblemático de la cocina mexicana durante la muestra gastronómica ofrecida en Nairobi Kenia, en el marco de la presentación y registro ante la UNESCO de la cocina mexicana como patrimonio cultural inmaterial de la humanidad.
- Obtención del Primer Lugar en el concurso de la Sociedad de Maestros Queseros Mexicanos, como el mejor queso de rancho de México (2011).

⁵ De acuerdo con la Ley de la Propiedad Industrial, una MC se otorga por 10 años y debe ser renovada al cabo de este periodo. Para tal efecto, se toma en cuenta la fecha en que se ingresó la solicitud, no cuando se otorga. Debido a esto es que la marca se renueva en 2013, ya que la solicitud se ingresó en el año 2003 y entonces tardó 2 años en lograr el registro.

En otro orden de cosas podemos apuntar como logros incipientes, pero de un alto significado, los siguientes:

- La recuperación de la autoestima de los habitantes de los ranchos de la sierra y la revaloración de sus actividades y formas de vida.
- La posibilidad de arraigo poblacional y remplazo generacional por mejores expectativas de ingreso y de calidad de vida en los ranchos.
- La ampliación del reconocimiento y la revaloración de este patrimonio por parte de otros sectores de la sociedad en general.

Sin embargo, no todo el camino ha sido llano, existen fricciones tanto internas como externas que han tendido a frenar y distorsionar el proyecto y, por lo tanto, cada cierto tiempo ha sido necesario renovar y revitalizar los esfuerzos en diversos frentes.

- La organización de productores, desde su creación solamente ha funcionado como un aparato formal, ya que la representación y el liderazgo que se requieren no han sido los idóneos.
- Falta iniciativa propia por parte de los productores, ya sea para convocar o asistir a reuniones y para conocer el estado en el que se encuentra la MC.
- Existe una fuerte tendencia a formar y cambiar criterios con base en rumores.
- La deslealtad que se ha generado en cuanto al precio de venta del queso, en ciertos eventos como es la feria del queso, es muy notoria, no se mantiene el precio acordado ni entre los participantes en la feria.
- Existe una normatividad estricta para alimentos, la cual es general y no toma en cuenta la particularidad de los alimentos transformados en distintas condiciones geográficas, económicas y temporales.
- Los productores se enfrentan a lógicas de mercado y de producción distintas, éstos le exige más producto en menos tiempo, lo cual induce a la pérdida de calidad y de un saber-hacer tradicional.
- Surgen diversas dificultades para el uso de la MC y, así obtener una mejor remuneración económica; la primera es la imposibilidad para poder cumplir con los requerimientos de la SHCP que clasifica a los productores como

“transformadores” y les da el trato de “empresarios” (igualándolos en obligaciones con los industriales). Además, para el uso de la MC se debe contar con la infraestructura, las instalaciones, el equipo y los materiales reglamentarios, así como los procedimientos industriales para elaborar queso, pero las condiciones de los productores y el proceso de producción de un queso artesanal no son compatibles con esas disposiciones ni con los requerimientos de la economía formal, de ahí que la mayoría de los productores artesanales sigan en la informalidad e incluso en la clandestinidad a donde recientemente los ha mandado la NOM 243.

- El nudo ciego parece estar en lo parcial e inadecuado de la legislación e institución que tienen como propósito la protección de la propiedad, pues en dichos marcos sólo está considerada la protección a la propiedad industrial, por lo que el mundo artesanal no sólo no encuentra protección a sus procesos y productos, sino que se le quiere someter a las exigencias de un mundo industrial al que, por más que se le presione, no podrá pertenecer.

Pese a todos estos avances y tropiezos, y debido a las condiciones tan precarias de los productores y a la marginación física de esta región (tan homogénea en su interior como fraccionada administrativamente), el proceso de reorientación de su porvenir mediante la revitalización de su patrimonio, seguirá encontrando demasiados nubarrones en su incierto horizonte.

A manera de cierre

Los procesos de gestión de patrimonios culturales no son ni sencillos ni de corto plazo, pero todos empiezan como una pequeña inquietud de alguien que logra transmitirla y contagiar de su entusiasmo a otras personas que se van sumando a la misma causa. El trabajo a realizar es arduo e interminable, pero también va teniendo sus compensaciones, especialmente cuando se logra tener interlocutores. En el caso del Queso Cotija el proceso de patrimonialización suma ya 18 años y, sin embargo, cada día es más necesario que, desde distintas trincheras, diversos actores sigamos luchando por la preservación de ésta y de

otras tradiciones mexicanas, con la firme convicción de que dichas tradiciones pueden y deben seguir siendo orgullo y base del desarrollo cultural y económico de los pueblos que las mantienen y resignifican a diario.

Los logros que se enmarcan en el proceso de gestión del Queso Cotija, contrastan con los problemas que se siguen presentando: la desarticulación crónica de los productores que en buena medida es reflejo de la descoordinación institucionalizada de los gobernantes; la falta de liderazgo y por tanto de representación en las instituciones. A pesar de los esfuerzos y logros en este proceso, fuera de El Mesón del queso, no ha sido posible la organización entre productores para el uso de la Marca Colectiva, pues se requiere un consejo de autorregulación o al menos una comisión de verificación del cumplimiento de las Reglas de Uso de la Marca para poder aprovechar comercial y socialmente ese signo distintivo tanto de prestigio y de orgullo para las familias productoras del queso, como de garantía de calidad –y también de orgullo y prestigio- para los consumidores.

Considerando que a diario surgen nuevas condiciones (como las de violencia por ejemplo) y normatividades que dificultan y hasta impiden a estos productos artesanales colocarse adecuadamente en el mercado, los esfuerzos sistémicos se vuelven cada vez más importantes en estos procesos de gestión de productos de alta densidad cultural pero de bajo valor agregado. Es importante cerrar filas en favor de la preservación de los productos artesanales, dado que constituyen parte fundamental del patrimonio cultural de los pueblos y regiones de nuestro país; pero sobre todo, porque representan distintos y generalmente únicos modos de vida digna para quienes producen dichas artesanías y aún están en la posibilidad de transmitir sus conocimientos y sus modos de vida sustentables a las siguientes generaciones, antes de que dichos conocimientos, prácticas y productos se queden en el olvido y sean absorbidos y sustituidos por “artesanías industriales”.

Referencias

Barragán, E. y Rogelia Torres (2014) Primer lugar mundial. El queso *Cotija región de origen*, artesanal madurado, en Villegas *et al* (Coords.), *Atlas de los quesos mexicanos genuinos*, México, Colegio de Posgraduados, pp. 343-362.

Barragán, E. y Rogelia Torres, Comer de mano propia. Cultura alimentaria de la sociedad ranchera serrana en el occidente de México, en Alfonso Larqué Saavedra, *Ciencia, Tecnología e Innovación en el Sistema Agroalimentario de México*, México, Colegio de Posgraduados. En prensa, 2015, 30 p.

Barragán, E., Rubén Álvarez y Patricia Chombo (2005), *Reglas de Uso Marca Colectiva Queso Cotija Región de Origen*. México, Colmich / Ciatej. 25 p. Reedición, Colmich, 2010.

Barragán L. E., Chombo M. P. y Álvarez B. R. (2002) Potencialización del patrimonio cultural en la Sierra de Jalmich. Antecedentes de un Proyecto Regional para el Desarrollo Rural Localizado. Manuscrito. Cotija de la Paz, Michoacán, 10 p.

Barragán L. E. (2003) Por una orientación plural del porvenir en: González (coord) Estudios Michoacanos X. El Colegio de Michoacán. Pp. 219-243.

Castells (2001) Globalización, identidad y política en América Latina al albor del siglo”, Conferencia pronunciada en el marco de la Cátedra Latinoamericana Julio Cortázar. Universidad de Guadalajara, mayo 2001. citas de Wagner, Carlos, *Guía, semanario regional independiente*, Núm. 2, 539, Zamora, Mich., Mayo. pp. 14 y 15.

González, A., Linck, T. y Moguel R. (2003) Reglas y exclusión del café solidario. Revista Europea de Estudios Latinoamericanos. 75. Octubre. pp 31-44

IMPI (2013) Recuperado de: <http://www.impi.gob.mx/marcas> 13 de Octubre.