

LA REINVENCIÓN DEL QUESO PAIPA EN EL MARCO DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN: TRANSFORMACIONES MATERIALES, CONSTRUCCIONES DE AUTENTICIDAD Y RELACIONES DE PODER

PAULA MARIANA CARVAJAL*
Universidad del Rosario, Bogotá, Colombia



*carpama18@gmail.com ORCID: [0000-0001-8155-4125](https://orcid.org/0000-0001-8155-4125)

Artículo de investigación recibido: 5 de mayo de 2020. Aprobado: 25 de febrero de 2020.

Cómo citar este artículo:

Carvajal, Paula Mariana. 2021. "La reinvencción del queso Paipa en el marco de la denominación de origen: transformaciones materiales, construcciones de autenticidad y relaciones de poder". *Maguaré* 35, 2: 19-50. DOI: <https://doi.org/10.15446/mag.v35n2.98458>

RESUMEN

En este artículo abordo el fenómeno de la reinención de los alimentos a partir de la producción del queso Paipa y de la emisión de su denominación de origen (DO). Con base en mi trabajo de campo en Paipa y Sotaquirá, donde se elabora el queso, analizo la manera en que se construye el *terroir* de este producto y sus efectos a escala local. Para ello, profundizo en dos aspectos: por un lado, en las variadas interpretaciones que de la denominación de origen hacen los actores locales, quienes incentivan la reinención del queso en función de nuevas exigencias y expectativas de calidad que pocos pueden cumplir. Por otro lado, las relaciones de poder que atraviesan la denominación de origen, las cuales hacen de su implementación un escenario de discusiones inacabadas, no neutrales y en el que los beneficios se distribuyen de manera diferenciada y desigual.

Palabras clave: denominación de origen, patrimonio inmaterial, producción artesanal, queso Paipa, reinención de los alimentos, *terroir*.

REINVENTING PAIPA CHEESE IN THE CONTEXT OF THE DESIGNATION OF ORIGIN: MATERIAL TRANSFORMATIONS, CONSTRUCTIONS OF AUTHENTICITY AND POWER RELATIONSHIPS

ABSTRACT

In this article I approach the reinvention of food by studying the production of Paipa cheese and the recognition of its Designation of Origin (DO). Based on field work in Paipa and Sotaquira (Colombia), where Paipa cheese is made, I analyze how the *terroir* of this product is produced and its effects on a local scale. To do this, I delve into two aspects: On the one hand, I explore local actors' divergent interpretations of the Designation of Origin as well as the ways that these actors encourage the reinvention of cheese based on new demands and quality expectations that only few of them can meet. On the other hand, I focus on the power relations that cross the process of granting the Designation of Origin label to Paipa cheese. I purport that this process is a scenario full of unfinished discussions that differentially and unevenly distributes its benefits.

Keywords: artisanal production, denomination of origin, food reinvention, intangible heritage, Paipa cheese, *terroir*.

A REINVENÇÃO DO QUEIJO PAIPA NO ÂMBITO DA DESIGNAÇÃO DE ORIGEM: TRANSFORMAÇÕES MATERIAIS, CONSTRUÇÕES DE AUTENTICIDADE E RELAÇÕES DE PODER

RESUMO

Neste artigo abordo o fenômeno da reinvenção dos alimentos com base na produção do queijo Paipa e a emissão de sua denominação de origem (DO). A partir do meu trabalho de campo em Paipa e Sotaquirá, onde o queijo é feito, analiso a construção do *terroir* deste produto e seus efeitos na escala local. Para isso, aprofundo em dois aspectos: por um lado, nas diversas interpretações que, dá denominação de origem, fazem dos atores locais, que estimulam a reinvenção do queijo a partir de novas exigências e expectativas de qualidade que poucos conseguem satisfazer. Por outro lado, as relações de poder que perpassam a denominação de origem, que tornam sua implantação num cenário de discussões inacabadas, não neutras e em que os benefícios se distribuem de forma diferenciada e desigualmente.

Palavras-chave: denominação de origem, patrimônio imaterial, produção artesanal queijo Paipa, reinvenção de alimentos, *terroir*.

INTRODUCCIÓN¹

En este artículo abordo *la reinención de los alimentos* (Grasseni et al. 2013) en el caso de la denominación de origen (DO) del queso Paipa, un queso artesanal de origen campesino que en los últimos años ha adquirido reconocimiento por su particular sabor. Este fenómeno hace referencia al redescubrimiento y revalorización de técnicas culinarias tradicionales y artesanales, pero también a la “renovación de las bases” de tales métodos para que sigan siendo viables bajo nuevos esquemas políticos, regulatorios y de mercado. El marco analítico de *la reinención de los alimentos* me permite examinar algunas de las discusiones, negociaciones y tensiones en torno al queso Paipa como un alimento *local, artesanal y tradicional* de agentes sociales que tratan de posicionar este producto a partir de la diferencia que les confiere su *terroir* —la idea de que las particularidades de un lugar influyen en las cualidades sensoriales de un producto—, en el marco de las políticas de desarrollo rural contemporáneas.

Mi objetivo es analizar la manera como se construye el *terroir* del queso Paipa a partir del reconocimiento tanto de la DO como de las tensiones y negociaciones que derivan de ello a escala local. Las preguntas principales que guían este caso de estudio son: ¿cómo los diferentes actores locales de Paipa y Sotaquirá adaptan y debaten la noción del *terroir* del queso Paipa en el marco de la implementación de la DO? Y ¿cómo usan y elaboran esta noción dependiendo de sus intereses particulares y sus roles en la cadena de producción?

Como señalan Bowen y de Master (2011) y West (2016), el uso actual del *terroir* y de *lo artesanal* cobra vigencia en el contexto de las tendencias en el sistema agroalimentario contemporáneo, cuyo modelo de abastecimiento parte de la producción industrial y a gran escala de alimentos durables, procesados y empaçados, adecuados para el transporte de larga distancia, en la que las corporaciones agroalimentarias concentran y centralizan el capital. Frente al modelo de producción industrial,

1 Esta investigación contó con la financiación del Instituto Colombiano de Antropología e Historia (Icanh) en el marco de la Convocatoria de Fomento a la Investigación 2017. El artículo deriva de la tesis de pregrado en antropología *Lo inacabado del queso Paipa: materialidades orgánicas, actores diversos y valores heterogéneos*.

existe una creciente demanda de las y los consumidores de productos alimenticios elaborados por medios alternativos y que respondan a sus expectativas de calidad de acuerdo con nuevos patrones de consumo informado, consciente y responsable. Tal como lo sugieren Grasseni et al. (2013), además del sabor y la tradición, el empoderamiento socioeconómico de las comunidades rurales, las relaciones de producción más justas y sostenibles con el ambiente son nuevos criterios para evaluar *la calidad* de la comida y el valor de la localidad.

A estos criterios se remite el concepto francés *terroir*, que confiere las particularidades del producto alimentario al ambiente del que surge —microclima, topografía, suelos— y a la experiencia y conocimientos acumulados en el tiempo por los productores que inciden en su elaboración. Las DO y las certificaciones de origen parten del concepto de *terroir* y, por definición, están intrínsecamente vinculadas a un lugar, lo que las convierte en un recurso para el desarrollo local o regional. En países del sur global, el carácter artesanal del proceso confiere una ventaja competitiva a estos productos a pesar de su pequeña escala de producción, las limitaciones tecnológicas y los mayores costos de insumos y mano de obra (Barham 2003; Acampora y Fonte 2007; Belletti y Marecotti 2011).

Si bien una DO puede fomentar el desarrollo socioeconómico, la conservación de entornos sostenibles y de prácticas tradicionales, considero importante examinar estos procesos a la luz de las implicaciones de su construcción sociocultural y de las relaciones de poder que los atraviesan. Internacionalmente, las DO son reguladas como derechos de propiedad intelectual por la Organización Mundial del Comercio (OMC). En Colombia, la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) es la entidad responsable de proteger y otorgar autorizaciones de uso de la etiqueta de DO y el nombre del lugar a quien lo solicite. Para promover el reconocimiento, legitimidad y protección de la especificidad de dichos productos, la DO requiere la descripción y delimitación del área geográfica, así como del origen histórico del producto con el fin de diferenciar sus cualidades y calidad. La elaboración de los criterios de producción (origen geográfico e histórico, ingredientes, procedimientos) que le dan el carácter artesanal singular y auténtico a un alimento están a cargo de un Consejo Regulador integrado por personas involucradas en su producción y comercialización y que tienen la facultad de expedir el sello de la DO a quien la solicite y cumpla con tales requisitos.

Como me propongo argumentar, el reconocimiento, legitimación y protección del queso Paipa mediante esta certificación entraña dos tensiones. De una parte, este tipo de certificaciones destacan el saber hacer y la singularidad del lugar y del producto, pero al sugerir criterios objetivos que determinan y hacen explícito el vínculo entre el alimento y su *terroir*, dan lugar a la reinención de la materialidad del alimento, es decir, de sus propiedades organolépticas: apariencia estética, sabor, olor y textura para responder a las exigencias de innovación, modernización e higiene que demanda el mercado y la reglamentación sanitaria. De otra parte, la implementación del sello en muchos casos limita o excluye la participación de actores como los y las campesinas, que tienen menores posibilidades y recursos para incidir en las discusiones sobre los criterios de calidad que definen el *terroir* del producto. Esto cuestiona el carácter inclusivo que, en el discurso, pretende esta certificación.

Dada la dimensión alimentaria, material/biológica, simbólica y social del queso Paipa, acudo a diferentes literaturas ubicadas en el campo de los estudios sociales y antropológicos de la alimentación y análisis del *terroir*, que visibilizan cómo este es puesto en valor mediante un conjunto de prácticas legales y de mercadeo que a su vez articulan una multiplicidad de actores para representar los productos y los lugares donde estos son elaborados (Grasseni 2003; Besky 2013; Guntra 2014). Así, mediante estrategias visuales y narrativas, las *poéticas de autenticidad* (Grasseni 2003) nos transmiten la ilusión de que estamos consumiendo un alimento elaborado en un sistema de producción único y tradicional que sobrevive en medio de una creciente ola de alimentos producidos industrialmente.

También retomo los análisis de los procesos socioculturales y de poder que subyacen a la construcción del *terroir* y de la DO (Bowen 2010; Rodríguez 2007; Parasecoli 2014; Barrera, Quiñones y Jacanamijoy 2014; Camacho 2014). Estos estudios discuten las relaciones de poder implícitas en la construcción de dichas certificaciones, las formas en que estas dinámicas determinan sus efectos concretos y cómo los productos especiales son re-fetichizados por medio de las etiquetas que enfatizan el lugar de origen y que no resuelven las desigualdades que enfrentan las y los actores presentes en todas las escalas del sistema agroalimentario.

La información que dio lugar a este artículo fue fruto de una estancia de nueve meses (entre enero y octubre de 2017) y visitas posteriores a las

zonas de valle y montaña de los municipios de Paipa y Sotaquirá. Durante este periodo me aproximé al tema de investigación desde mi propia experiencia y por medio de entrevistas semiestructuradas con productores campesinos/as, semiindustriales, funcionarios de alcaldías locales, gobernación, el movimiento *One Village, One Product*–OVOP y la observación directa de los modos de elaboración del queso y su comercialización. Gracias a ello pude comprender lo inestable y cambiante del queso, el conocimiento de sus productores para manejarlo y las fuerzas sociales que se articulan desde el proceso de la DO. Indagué en las entrevistas con las personas por sus percepciones y experiencias en relación con la DO, con OVOP y con la reglamentación sanitaria; por sus trayectorias en relación con la producción del queso Paipa al igual que por sus interpretaciones de lo que consideran tradición y modernidad, heterogeneidad y estandarización, artesanidad e industrialización. Mi intención fue explorar la complejidad de la implementación de la certificación desde la diversidad de las materialidades de los quesos y de los conocimientos de quienes lo producen a partir de capitales desiguales.

Algunas de estas conversaciones fueron grabadas y transcritas, otras fueron notas en mi diario de campo. En consideración de las diferencias y tensiones entre los actores locales por los estándares definidos en la denominación de origen del queso Paipa, mantengo anónimas sus declaraciones. Parte de la metodología de esta investigación fue comer quesos, madurarlos por mi cuenta y observar qué pasaba con su materialidad. Así comprendí y comprobé la particularidad del queso, es decir, la de un producto vivo inextricablemente vinculado a cambios bioquímicos y microbiológicos a lo largo de su proceso de fermentación.

Este artículo está dividido en tres partes. En la primera hago una breve contextualización sobre el caso: identifico actores, instituciones y describo el queso. Muestro la manera en que la producción del queso Paipa como un producto con DO lleva a la estandarización e higienización de su elaboración, lo que repercute en la materialidad orgánica y siempre cambiante de este alimento. Además, discuto la forma en que la construcción de autenticidad del producto surge en medio de la división ambivalente entre comida industrial/artesanal y los significados de la elaboración artesanal del queso para los actores, más allá de las cuestiones técnicas. En la segunda parte, me concentro en los conflictos locales que surgen de la reinención material del queso Paipa y en la manera

en que la DO dinamiza dinámicas de inclusión y exclusión de quienes pueden o no acceder a los derechos y privilegios que de ella derivan. Como expongo, tales posibilidades dependen de la capacidad de las personas interesadas para cumplir los criterios desde los que se establece dicha certificación en medio de relaciones de poder. Concluyo con unas reflexiones y planteo posibles caminos de investigación.

MATERIALIDADES ORGÁNICAS, ACTORES Y CONTEXTO NORMATIVO

Factores naturales y humanos del queso Paipa

El queso Paipa es elaborado con leche cruda por medio del trabajo físico y manual, a partir del conocimiento y experiencia familiar local y con ingredientes propios de la región boyacense de Paipa y Sotaquirá. Además, ha gozado de una reputación especial por su condición de queso maduro que lo distingue y diferencia de otros quesos fabricados con métodos similares de producción. Si bien no hay una historia escrita sobre el Paipa —es algo que los actores locales están creando— comerciantes, consumidores y productores con los que conversé señalaron que se trata de una producción y consumo asociados a la esfera privada y doméstica y reconocieron a la vez que el queso ha circulado en el comercio local durante largo tiempo.

Según los testimonios de productores, vendedores, consumidores y funcionarios de la alcaldía de Paipa y Sotaquirá el queso adquirió su nombre porque Paipa era un punto de parada obligatorio para los viajeros que iban desde Bogotá hacia la costa, los Llanos o Venezuela a mitad del siglo XIX (Diario de campo 1 y 3). La historia del queso también habla de su comercialización informal en las plazas de mercado de Paipa y Sotaquirá, y en las del 7 de Agosto, la Plaza España y el barrio Restrepo en Bogotá, al igual que en Corabastos, la mayor central de abastecimiento del país.

En la década de 1970, con el inicio de las primeras plantas de producción de tipo semi industrial y la articulación regional a una dinámica más amplia de modernización del país, el queso Paipa ingresó en el comercio formal. Esto implicó la expedición en Cámaras de Comercio y licencias de producción de instituciones como la Secretaría de Salud de Boyacá, pues se trataba de un producto elaborado con leche cruda,

sin pasteurizar (Entrevista 1). Parte del carácter artesanal del queso está ligado a la narrativa histórica de su origen local, que resalta los conocimientos para su elaboración transmitidos de generación en generación que hoy en día se replican y lo convierten en un producto “auténtico”.

El queso Paipa es elaborado por productores y productoras campesinos/as y semi industriales de la zona de montaña y valle de los municipios de Paipa y Sotaquirá que tienen diferentes esquemas de producción y están regidos por lógicas económicas distintas. Los productores semi industriales —como se consideran y autodenominan para diferenciarse de la producción industrial— son urbanos y responden a una dinámica de producción en serie, estandarizada, con lotes de producción de aproximadamente 200 libras diarias (Robayo 2013), con mano de obra contratada, quienes comercializan sus productos en grandes superficies o en tiendas especializadas donde son vendidos, acorde a su gramaje, entre 12 000 y 17 000 pesos aproximadamente para 2018. La fabricación del queso Paipa alcanza alrededor de 35 toneladas por mes y su producción anual se valora en cerca de 280 000 dólares estadounidenses (Aranda, Gómez y Ramos 2014). En 2013 la Secretaría de Productividad, TIC y Gestión del Conocimiento del departamento tenía un registro de 14 microempresarios. Según funcionarios de las alcaldías locales y productores, para 2018, entre Paipa y Sotaquirá había alrededor de 19 microempresas dedicadas a la producción del queso.

La producción campesina del queso Paipa, por su parte, tiene lugar en unidades familiares con economías de autosubsistencia en las veredas altas de Paipa y Sotaquirá y en gran medida está a cargo de las mujeres. Además del pancoger y la cría de animales domésticos, estas unidades familiares suelen sembrar cultivos rotatorios comerciales como maíz, arveja y mora, cuyo mercado es sumamente fluctuante según la cantidad cosechada, la calidad de los tiempos estacionales, el crecimiento de la semilla y los precios. El queso es una pieza importante en una economía basada en la producción para el autoconsumo y el mercado local, la diversidad productiva y con gran flexibilización laboral. A pesar de no ser muy rentable, representa un ingreso constante con un precio estable. Como pude comprobar en el mercado local, la libra se paga a los campesinos entre 5000 y 6500 pesos, la mitad o menos de lo que cuesta un queso semi industrial.

En estas veredas las personas elaboran el *queso prensado*, término que emplean para referirse a un queso que pasa por la prensa por más de 10 horas y que en el mercado se comercializa como queso Paipa. Según don Sergio, productor que ronda los 70 años y es uno de los pocos fabricantes campesinos de queso en el corregimiento de Palermo (Paipa), alrededor de seis personas hacen queso prensado (Diario de campo 1). En Avendaños (Sotaquirá) hay 39 casas habitadas por familias cuya composición y número varían, de las cuales siete hacen queso prensado (Diario de campo 2). La producción de las y los pequeños productores varía dependiendo de la cantidad de leche de que dispongan: quienes más fabrican quesos llevan al mercado entre 60 y 70 libras (30 y 35 kg) semanales, mientras quienes disponen de menos leche elaboran y llevan cinco quesos semanales, esto es, un queso diario.

Las características del queso Paipa cambian de acuerdo con el entorno de producción, los implementos utilizados y las recetas personales. Esto configura la *materialidad orgánica* del queso; es decir, procesos bioquímicos y microbiológicos que determinan su apariencia estética, sabor, olor y textura. Los quesos son el resultado de la actividad metabólica de bacterias y hongos que se alimentan de las enzimas y carbohidratos de la leche, cuyo metabolismo depende igualmente de la interacción del alimento con su entorno. Si bien frente a la DO, las y los actores tienen diferentes perspectivas, concuerdan en que el queso Paipa es un “alimento vivo”. Las diferencias en la materialidad del queso pueden apreciarse en las siguientes imágenes, ambas de quesos de productores distintos con 15 días de maduración. Mientras que la Figura 1 muestra quesos con colores y formas distintas, la Figura 2 da cuenta de diferencias en la consistencia y el color. Estos rasgos particulares y evidentes a la vista, expresan la diversidad en la materia prima, procedimientos y ambientes de elaboración que, igualmente, se reflejan en el sabor y olor del queso.

Los quesos en general se obtienen a partir de los mismos pasos básicos: acidificación, coagulación, desuerado, salado, prensado y madurado, que fueron registrados por los productores en la Resolución 70802 que establece la DO para el queso Paipa. La relación de tiempo-temperatura, el tipo de leche empleada y el manejo del proceso generan los atributos particulares de cada tipo de queso, es decir, su *terroir*. El queso Paipa se caracteriza por su heterogeneidad pues parte de diferentes materias primas. Según disponibilidad y preferencia de cada productor/a, la leche

cruda de vacas Holstein, Jersey, Normanda y Gyr se cuaja en cantidades, temperaturas y tiempos distintos dependiendo de los volúmenes y la calidad que las y los productores notan en la leche.

Figura 1. Quesos con quince días de maduración y diferencias en colores y formas.



Fuente: Carvajal 2017.

Figura 2. Quesos con quince días de maduración y diferencias en consistencia y color.



Fuente: Carvajal, 2017.

Como puede observar en las visitas a lecherías y plantas de producción, la cuajada es cortada en pequeños pedazos con cucharas y machetes en las viviendas campesinas o con liras de acero inoxidable, en las plantas semi industriales, hasta que forman unos gránulos. Enseguida se separa el suero de la cuajada y esta es llevada a mesas de acero inoxidable o de

madera donde se amasa y se le agrega sal. A continuación, va el prensado: un proceso que demanda gran esfuerzo físico ya que se coloca la cuajada, arrumada en pequeñas cantidades, en pedazos de lienzo y se presiona con puños y codos, que suelen quedar enrojecidos por la presión, en moldes cilíndricos hechos con tubos de PVC o de acero inoxidable, para darle forma y terminar de extraer el suero. Algunos productores semi industriales llevan estos moldes a una prensa hidráulica, mientras que los productores campesinos emplean una fabricada con palos de madera, cuerdas y grandes piedras (en costales) que ejercen el peso. Después llevan el queso a una prensa por 24 horas, donde toma su forma cilíndrica.

Finalmente, trasladan el queso a cavas o cuartos cuya humedad relativa es parcialmente controlada por medio de deshumidificadores y calentadores para madurarlos. Algunos los dejan en su casa en grandes y viejas zarandas de madera, en repisas de guadua colgadas sobre las estufas de leña para que se ahúmen, o en repisas de madera muy cerca de los techos de las casas para que el calor no los “inflen”, ni los animales se acerquen a ellos. El tiempo de maduración también varía conforme a la producción: los productores campesinos los dejan entre 7 u 8 días, mientras bajan al mercado local. Los semi industriales, por su parte, los dejan entre 15 y 21 días. El tiempo en cava depende de la demanda del queso y la urgencia económica; mayor tiempo de maduración equivale a falta de ingresos, en palabras de quienes los producen, *caja muerta* (Entrevista 1).

Sin importar las diferencias, productores semi industriales y campesinos/as del queso Paipa tienen la habilidad de trabajar en la química de la leche de acuerdo con las condiciones fluctuantes para hacer, en la medida de lo posible, un producto similar en cada lote de producción. Si bien no se refieren al queso en términos de las propiedades bioquímicas de los materiales, sí identifican transformaciones y comportamientos en su trayectoria a partir de sus experiencias cotidianas, regulares y sistemáticas con la temperatura, los tiempos y las materias primas que cumplen funciones específicas en la fermentación. Mediante la observación, degustación y manipulación de la leche, el cuajo, la sal y la cuajada, decantan y procesan información y construyen un conocimiento práctico y cotidiano que les permite obtener o evitar ciertos resultados.

Denominación de origen, productores y reglamentaciones sanitarias

Contrario a un documento rígido, la reglamentación de la DO es flexible en la medida en que no define qué es o qué debe ser el queso Paipa, sino que sugiere a las comunidades locales definir un proceso que sirva como referente del queso, que legitime y transmita el sabor del lugar a los consumidores. Para tal fin, en 2012 el gobierno departamental, junto con las alcaldías locales y en compañía de algunos productores crearon la Asociación de Productores de Queso Paipa de Paipa y Sotaquirá (Asoqueso Paipa), integrada por trece medianos productores de Paipa y Sotaquirá, quienes se encargarían de definir el proceso del queso y de mantener las normas de producción establecidas en la DO a escala local. Unos años más tarde, en 2016, surgió la cooperativa de pequeñas y pequeños productores de leche y de queso Paipa, Agrolac Paipa, con el objeto de integrarlas a la paulatina transformación de los métodos de elaboración del queso Paipa y también para regular y formalizar el mercado de este producto. Desde 2016 las dos asociaciones se involucraron en la construcción de la DO desde sus intereses particulares y sus roles en la cadena de producción del queso Paipa.

Las condiciones de producción del queso y los alcances de la DO han sido objeto de múltiples interpretaciones y discusiones en Asoqueso, la junta directiva de Agrolac, de los productores campesinos/as y las alcaldías, dependiendo de los modos diversos en que se relacionan con el queso y sus intereses frente a esta certificación.

La institución estatal a cargo del control de la calidad de los alimentos en Colombia, el Invima, ha incrementado en los últimos años las normas de inocuidad para cumplir con los acuerdos de libre comercio, en especial con los Estados Unidos y la Unión Europea que tienen estándares más estrictos para la importación de alimentos y materias primas. Los nuevos requisitos, entre los que se destacan las buenas prácticas de manufactura (BPM), buscan reducir el riesgo de contaminación mediante una producción uniforme y controlada para garantizar la calidad. Si bien antes de la DO existían controles y registros del Invima para la fabricación del queso, esta reactivó interrogantes previos sobre cómo regular la materialidad orgánica del queso en condiciones de producción artesanales.

Esto coincide con la reglamentación estatal sobre el uso de la leche. En 2006, por medio del Decreto 616, el Ministerio de Salud y Protección Social colombiano prohibió la venta directa de leche cruda, es decir aquella que no ha sido sometida a ningún tipo de terminación ni higienización. Para su comercialización, el Ministerio exige que la leche pase por procesos como la pasteurización, ultrapasteurización o esterilización con el fin de eliminar microorganismos nocivos para la salud como *Escherichia coli*, *Staphylococcus aureus*, *Salmonella sp* y *Listeria monocytogenes* que pueden surgir durante y después del ordeño y en el procesamiento.

La pasteurización necesita un contraste de temperaturas y tiempos, y es utilizada por la industria puesto que al manejar grandes volúmenes de leche de diferentes proveedores aumenta el riesgo de que contenga microorganismos patógenos. Al eliminar la microflora microbiológica, la pasteurización también garantiza la homogeneización y previsibilidad de la materia prima. En otras palabras, la pasteurización civiliza, subordina y domina la leche cruda convirtiéndola en un producto seguro y adecuado para el consumo humano (Paxson 2010).

De otra parte, la Resolución N.º 2310 del Ministerio de Salud que regula la producción de quesos los caracteriza según su proceso de producción y su porcentaje de humedad y grasa y los clasifica en blandos, semiduros y duros. Dependiendo del proceso, los quesos se dividen en frescos, semimaduros y maduros. Los frescos se definen por su falta de maduración —por lo mismo deben pasar por un proceso de pasteurización— y suelen tener sabores suaves y lácteos al igual que texturas húmedas, como la cuajada, el campesino, doble crema y costeño. Los semi-maduros se caracterizan por pasar por unos procesos de higienización y, después de su fabricación, mantener un mínimo de 10 días en maduración. Finalmente, los maduros son una excepción a la regla de la pasteurización porque pueden ser elaborados con leche cruda y se definen como:

El producto que después de su fabricación permanece un tiempo determinado en condiciones ambientales apropiadas para que se produzcan los cambios bioquímicos y físicos característicos de este tipo de quesos. Cuando el queso se elabora a partir de leche higienizada, este tiempo no debe ser menor de veinte (20) días. Cuando se elabore a partir de la leche cruda este tiempo no debe ser menor de treinta (30) días. (Resolución N.º 02310 de 1986)

En concordancia, la Resolución 70802 que establece la DO para el queso Paipa, las y los productores semi industriales agrupados en Asoqueso lo definieron como un producto elaborado con leche cruda, semi-maduro y semiduro. Su razonamiento fue que llevar la maduración a 30 días, en las condiciones en que ellos lo hacen (en ambientes abiertos y por recirculación de aire natural) representaba pérdidas en el rendimiento del queso, disminución del volumen y cambios de forma; en algunas ocasiones la costra se agrieta y se abre. En opinión de don Mario, productor de Asoqueso: “(...) va a quedar muy seco. Eso implica, relativamente, el cambio sensorial, no va a quedar así gomoso, suavcito, como se saca, no. Va a quedar más seco, como un estilo parmesano y ese queso no lo recibe el cliente” (Entrevista 2). Al perder mucha humedad, el queso cambia su designación técnica de semiduro a duro.

Además, al término de los treinta días que establece la reglamentación (particularmente en invierno cuando los niveles de humedad son más altos) los productores semiindustriales observaban el crecimiento de hongos rojos y negros nocivos para los consumidores. Por esta razón, consideraron que su producto cumplía con las condiciones de un queso semi-maduro que a los 21 días de maduración logra una determinada forma y consistencia y no representa riesgo para la salud del consumidor. Sin embargo, la reglamentación sanitaria señala que de ser un queso semi-maduro, debe pasar por un proceso de pasteurización para controlar el crecimiento de microorganismos patógenos, condición que no cumplen los productores de Asoqueso, ya que destacan la importancia de la leche cruda en la singularidad del queso Paipa.

Asoqueso no se opone a la regulación sanitaria porque entiende los beneficios de esta normatividad en la ampliación de las posibilidades de comercialización del queso, pero sí discute la forma en que estas regulaciones uniformes —diseñadas para escalas y métodos industriales—, ponen en entredicho la confección artesanal y, en últimas, al queso Paipa. Como me dieron a entender algunos miembros de la Asociación, una de las peculiaridades del carácter artesanal del queso está precisamente en trabajar con la leche cruda ya que expresa su *terroir* y posibilita su carácter heterogéneo. Así:

El queso Paipa es una producción artesanal y es muy clave que el queso que estoy consumiendo hoy, es diferente al que me como en un

mes. Pero eso no es un defecto del queso. Es una cualidad del queso porque es un proceso artesanal y precisamente es lo que a la región le dio la denominación de origen: sus condiciones climáticas, los suelos y el ganado que le da eso. Como las condiciones climáticas, los pastos y la leche cruda cambian, el queso siempre cambia: eso es indudable. (Entrevista 2)

El desafío para las personas involucradas en la producción es elaborar un queso de treinta días para poder trabajar con leche cruda y cumplir con la reglamentación de inocuidad del Invima, pero que tenga la humedad de un queso de quince días y que cumpla con el gusto del cliente. Esta discusión con el Invima revela cómo ambos actores se mueven en marcos de significación diferentes. Quienes lo producen, a diferencia del Invima, no solo se preocupan por la inocuidad sino por las propiedades organolépticas y la apariencia estética de sus quesos que “certifican” el origen, autenticidad y calidad del queso Paipa con DO. En otras palabras, las propiedades que emanan de trabajar con leche cruda y expresan su *terroir*.

La Gobernación de Boyacá, con la asesoría de un estudiante doctoral en ciencias animales y participación del gremio producto, adelanta un estudio para analizar la secuencia de las cadenas genéticas (ADN) del queso Paipa. La idea es conocer su microbiota —flora microbiológica que compone y hace el queso— para cultivarla de tal forma que posibilite a los productores un mejor manejo del producto. Esto posibilitaría seguir elaborando el queso con leche cruda, hacer explícito su vínculo con el lugar de origen fuera de las definiciones subjetivas de los productores, ajustarse a la reglamentación sanitaria e ingresar a canales de distribución más amplios. No obstante, mientras el estudio llega a sus conclusiones finales y Gobernación, Alcaldía de Paipa, productores y academia crean el perfil sensorial del queso, algunos miembros de la asociación están readecuando las tradiciones artesanales de producción con nuevas tecnologías y prácticas de monitoreo: herramientas para medir niveles de grasa y proteína y prensas cuya presión se calibra dependiendo de las cualidades de la cuajada.

La readecuación de lo artesanal, siguiendo lo propuesto por Heath y Meneley (2007), posibilita entrever cómo los discursos de artesanía y tecnociencia se encuentran en interacción dinámica como estrategias

legitimadoras para establecer prácticas de distinción en la producción, el consumo y la circulación del producto. Las y los productores locales de queso Paipa, tal como he indicado líneas arriba, utilizan la ciencia como una estrategia legitimadora para determinar el vínculo entre el producto y *el terroir* y acceder a nichos de mercados, lograr posiciones ventajosas en la competencia y mejores precios de venta de los productos.

La tensión entre tradición y modernidad es un proceso clave en las dinámicas de distinción productiva que, como expongo a continuación, Asoqueso resuelve al elaborar conexiones narrativas y visuales entre paisajes, tradición y artefactos de producción. Son narrativas utilizadas para diferenciar lo artesanal de lo industrial, reafirmar el sabor del lugar y justificar el valor agregado.

Poéticas de autenticidad del queso Paipa

El reciente aumento de los alimentos artesanales y con *terroir* responde al creciente interés en todo el mundo por preservar el patrimonio cultural. West (2016) lo explica desde la ansiedad, desconexión y desconfianza derivados del sistema alimentario global que amenaza las diferencias regionales y la capacidad de las comunidades y estados nacionales de construir su destino. En este contexto, señala West, productores, consumidores y estados repiensen el sistema alimentario local como un exponente del patrimonio, en la medida en que este preserva y promueve alimentos que dan sentido de identidad y arraigo histórico y, al hacerlo, fomenta relaciones de producción más sostenibles. Como también señala Camacho (2014), el patrimonio es valorado y promovido como nuevo factor de bienestar social y desarrollo económico.

Surgen, entonces, asociaciones culturales basadas en nociones de tradicionalidad y conexiones entre trabajadores, ecología y el producto que buscan preservar. Sin embargo, como señala Guntra (2014), las nociones de tradicionalidad implicadas en el *terroir* de la DO suelen decepcionar, pues, aunque los productos son comercializados como tradicionales incluyen híbridos de elementos antiguos y modernos, globales y locales: una multiplicidad de elementos *inauténticos*. El queso Paipa es un ejemplo de este proceso complejo de autenticación. A la par de los paulatinos cambios en la materialidad, conocimientos y prácticas de elaboración tradicionales, algunos microempresarios de Asoqueso conservan las instalaciones donde sus antepasados elaboraban el queso, al

igual que las prensas de piedra y madera con las que hacen demostraciones sobre cómo se hacía el queso antes. Durante estas explicaciones suelen mencionar las historias del origen de cada uno de sus procesos. Si bien ciertos aspectos de la producción han cambiado con el tiempo y a raíz de la DO, hacen énfasis en que el queso Paipa sigue siendo el mismo que elaboraban sus antepasados ya que conservan la misma receta y emplean leche cruda. Dentro de esta narrativa de promoción señalan que como herederos de este legado lo custodian y protegen, pero, a su vez, reestructuran y resignifican la tradición para que no desaparezca. Protección y reinención son aspectos culturales significativos de la movilización de los alimentos con *terroir* como patrimonio, que a su vez dan cuenta de los múltiples valores asociados a la producción artesanal.

La antropóloga Heather Paxson (2010) ilustra cómo los productores de queso artesanal en Vermont argumentaban que el valor comercial de sus quesos era derivado de los activos que su venta ayudaba a proteger: granjas familiares independientes, mejores relaciones con los animales y el ambiente y paisajes de trabajo en medio de un contexto de industrialización que ha desplazado gran parte de la población rural. Es parte del valor moral agregado y que los consumidores soportan mediante la compra de un producto más costoso que el producido industrialmente.

En el caso del queso Paipa el valor moral agregado del que habla Paxson hace parte de la definición del queso como un producto artesanal. Durante mi estadía en campo, productores, funcionarios de alcaldías e, incluso, consumidores locales, lo describieron y explicaron como un producto artesanal —por oposición a un queso industrial— no solo por la escala de producción, el saber hacer tradicional y la elaboración manual, sino gracias a la búsqueda de algunos actores locales por producir un queso Paipa que fomente relaciones laborales más incluyentes y equitativas. Asoqueso, por ejemplo, resalta la dedicación de los productores hacia la calidad de sus productos, su compromiso con los métodos de producción artesanales/tradicionales y su contribución a la comunidad mediante la generación de empleo en la región. Algunos microempresarios tienen planes de desarrollo sostenible en los que emplean a madres cabezas de hogar originarias de zonas rurales que saben hacer queso Paipa (Entrevista 2; Diario de campo 3).

Estos mensajes también circulan y se complementan en los materiales publicitarios del queso (Figura 3). El productor rural, encarnado en

la figura del campesino boyacense, ocupa un lugar destacado como el factor humano que le da sabor, perdurabilidad y tradición al queso: la autenticidad asociada a sus condiciones materiales de producción y un modo de ser que representa la “berraquera” y “pujanza” de los boyacenses en su trabajo con la tierra y los animales. En última instancia, esta serie de declaraciones ilustra la manera en que el producto, las personas y el lugar (cielos azules y montañas prístinas sin polución) están entrelazados y conectados con valores no económicos dirigidos a los consumidores.

Figura 3. Campaña promocional “Así empezó el queso Paipa, de Boyacá para el mundo”.



Fuente: Periódico El Diario (2018)

Si bien estas poéticas toman como base la relación entre el entorno de producción, el producto y la identidad campesina instrumentalizada, siguiendo la DO también cobran sentido en la estrategia de desarrollo económico y social planteada por OVOP para vincular el queso con el

turismo en Paipa y Sotaquirá. Como me explicó la funcionaria de OVOP, este movimiento escogió el queso Paipa entre 250 productos por el alcance de su cadena productiva y su carácter para transmitir una identidad. Según la funcionaria: “Mi queso tiene 100 años de elaboración, tiene un proceso de maduración al cual yo le tengo que dar valor” (Diario de campo 4).

Bajo este enfoque, OVOP inauguró la “ruta del queso Paipa” en el marco de Expoartesanías 2017, alrededor de plantas de producción, casonas tradicionales de Sotaquirá y lugares con correlatos históricos como el Pantano de Vargas (Diario de campo 8). Aquí lo campesino, entonces, es articulado a un contexto de mercantilización e industrialización alimentaria que simplifica, homogeniza dietas y genera interrogantes sobre la sostenibilidad ambiental. La DO construye narrativas de lo local y moviliza valores culturales asociados a la tradición y al paisaje como bienes de cambio del mercado. Igualmente, articula la protección y comercialización del queso a otras políticas económicas —como las del turismo— que ven en la cultura y la diversidad un recurso para el desarrollo económico y social (Comaroff y Comaroff, 2009).

En consecuencia, el *terroir* del queso Paipa, es decir, la confluencia de factores naturales y humanos que determinan su particularidad no proviene de un patrimonio rural, original, natural, en el que las personas, el espacio y el tiempo están conectados orgánicamente. Por el contrario, el *terroir* del queso Paipa se teje a partir de la inversión de valores económicos y morales que las y los actores locales realizan, de las variadas interpretaciones que hacen sobre la DO, de su continua intervención en la materialidad del queso y de la construcción de una tradición mediante narrativas y prácticas que conectan paisajes, animales, personas y artefactos de producción.

La DO, entonces, sistematiza, decanta y homogeneiza prácticas, procedimientos y conocimientos de elaboración que, en el caso del queso Paipa, no siempre tienen tal regularidad y rigurosidad. Por el contrario, gran parte de las y los productores, especialmente los más pequeños y con menos recursos, enfrentan muchas incertidumbres en el proceso: la disponibilidad de tierra, pastos, leche y mano de obra, además de las urgencias económicas que inciden en el mayor o menor tiempo de maduración del queso antes de llevarlo al mercado. En vista de ello, resulta importante indagar por los desafíos y las desventajas de

la DO para esta población una vez se reconoce los procesos de construcción de su *terroir*.

EL LUGAR DE LAS Y LOS CAMPESINOS EN LA DO DEL QUESO PAIPA

Por la naturaleza colectiva de la certificación de la DO, el titular es el Estado —en principio—. Sin embargo, una parte importante de este proceso es la delegación de la administración de la DO a la figura del Consejo Regulador orientado a proteger las condiciones de elaboración, la calidad del producto y defender los intereses de los productores asociados. En este sentido, cuando el Estado otorga el derecho de exclusividad a los productores de Paipa y Sotaquirá sobre el término “queso Paipa”, la certificación se vuelve un instrumento en manos de la colectividad productora de queso para legitimar la calidad y origen del producto y, en consecuencia, impugnar sus imitaciones.

Ya que las condiciones de producción del queso y los alcances de la DO han sido objeto de múltiples discusiones, para 2018 aún no existía un Consejo Regulador, aunque Asoqueso intentaba regular la producción. La Asociación argumentaba ante la SIC que su queso Paipa singular competía con productos similares que deseaban aprovecharse de la reputación, calidad y valor agregado derivados de la certificación. Paradójicamente, la construcción de la DO ha tenido un efecto contrario al proceso de protección: en la percepción de productores, funcionarios de alcaldías locales y la Gobernación, ha llevado al paulatino incremento de la producción y uso “ilegítimo” de quesos llamados “Paipa” que están por fuera de la certificación. Así lo expresó la Secretaría de productividad del departamento en el comité OVOP:

Necesitamos mecanismos para luchar contra la falsificación porque sabemos que nuestro queso prestigioso se falsifica bastante y que hay quesos que aquí, inclusive en la zona de origen, no son de Paipa; no están suficientemente madurados; se venden a menor precio, que es fatal, y nos dañan el mercado, la reputación y demás. Entonces tenemos que pelear contra esa falsificación y vulgarización de nuestro queso. (Diario de campo 4)

El queso Paipa es un producto que es elaborado, además de en Paipa y Sotaquirá, en diferentes municipios de Boyacá y de Cundinamarca, para evitar el desperdicio de la leche fresca. Si bien estos quesos son similares

a los certificados, según los productores de Asoqueso los propios tienen una calidad y superioridad de sabor, cuerpo, aroma y maduración, surgida de su *terroir*. Algunos de estos quesos tienen una historia y métodos similares de producción, pero desde la implementación de la DO sus “portadores” los identifican como productos carentes de prestigio y calidad.

Aparte del origen geográfico, empleado por Asoqueso como criterio de identificación de los quesos “auténticos”, la higiene y en particular el registro sanitario son herramientas de gobierno para regular la materialidad orgánica del queso. También son los medios con los cuales los productores se regulan entre sí e intentan regular a los productores campesinos que nunca han tenido un registro de este tipo, entre otras cosas, porque viven donde no llega el Invima por las dificultades de acceso.

Muchos de estos productores campesinos no están dispuestos a ajustarse a las nuevas prácticas, las formas locales de relacionarse con la materialidad orgánica del queso, las rutinas de trabajo y los costos que conlleva producir quesos según los estándares contemplados en la DO. Para participar en el proceso de la certificación tendrían que familiarizarse y sintonizarse con el marco de conocimientos y entornos que reconfiguran los modos en los que conceptualiza y producen este alimento.

Como me lo dio a entender doña Matilda, productora de El Curial, Paipa, la participación de los productores campesinos en la primera etapa del proceso de la DO fue marginal (Diario de campo 5). De hecho, cuando la conocí en 2017 nunca había oído acerca de la DO ni su debate público. De manera similar, don Saúl, productor de Avendaños, Sotaquirá, me comentó que hasta 2016, OVOP, junto con la Alcaldía local, comenzaron a visitarlos para contextualizarlos sobre la DO del queso Paipa y tratar de asociarlos (Diario de campo 6).

Por su parte, funcionarios de las alcaldías locales me explicaron que OVOP fue quien convocó inicialmente la participación campesina en el proceso. La relación entre Asoqueso, la Gobernación y OVOP ha buscado desplegar esquemas empresariales y gestionar emprendimientos a través del queso Paipa (Decreto 001223 del 18 de octubre de 2013). Esta lógica buscaba al fortalecimiento empresarial de los productores campesinos con el fin de desarrollar proyectos asociativos productivos sostenibles en el tiempo.

Desde 2014, señalaba don Oscar, Asoqueso intentó vincular a los pequeños productores, pero esto no dio resultados. Para ellos, asociarse implicaba una mayor vigilancia del Invima y muchas personas no estaban dispuestas a exponerse a este control. Según doña Matilda, productora que en 2014 hizo parte de la asociación:

Uno sí de chévere se adjunta [sic] y el lío en que se mete uno por- que empiezan a visitarlo y, aquí no han venido [se refiere a la visita del Invima a su lechería], ni que vengan porque entonces me cierran cuando vienen. (Entrevista 4)

Ella, que durante toda la vida comercializó su queso de manera independiente, tampoco estuvo de acuerdo en tener que salir con los demás productores a ofrecer sus quesos a raíz de su vinculación a la asociación. Esta desconocía su estilo de trabajo individual.

La cooperativa Agrolac, por su parte, surgió por iniciativa de OVOP, la Alcaldía de Paipa y Asoqueso, para integrar a los productores de leche en el proceso de la DO. El objetivo era producir leche de buena calidad para los microempresarios de Asoqueso. Sin embargo, como me lo manifestó don José, miembro de Agrolac, la cooperativa fue cambiando de objetivo a medida que se dieron cuenta de que “el queso Paipa se transforma en dinero” (Diario de campo 7). Para 2017 Agrolac estaba conformada por sesenta pequeños productores de leche —producen menos de 15 litros diarios cada uno— y tres productores campesinos de queso Paipa —de menos de 60 libras semanales cada uno—. Esto equivale a una producción de 6 quesos diarios.

Como lo presencié en una de las visitas a la cooperativa, un delegado de OVOP, especialista en mercadotecnia, tenía una propuesta de negocio en Panamá y para ello, Agrolac debía producir alrededor de 1000 quesos mensuales a buen precio. Para hacer el negocio rentable buscaban comprar el queso a los productores rurales en vez de construir una planta de procesamiento. Con ello ahorran los costos de construcción de la planta, los de transporte e incluirían al pequeño productor de queso y al renglón primario. Cada productor campesino al que se le comprara queso “afectaría positivamente a cinco productores de leche” pagándoles el líquido a un mejor precio y de manera constante (Diario de campo 7). Este proyecto no prosperó por la escasez de leche y por la exigencia de coordinación que requería la producción de mil quesos, demandaba

más tiempo y una mayor confianza entre los productores, así como la seguridad de que este proyecto permanecería a largo plazo.

Este ejemplo muestra la manera en que OVOP proyecta valores y modelos de mercado que generan interrogantes sobre las expectativas de bienestar y las promesas de desarrollo para las y los campesinas/os: ¿de qué formas participan en la gobernanza del queso Paipa?, ¿cómo participan en la toma de decisiones sobre el precio?, ¿desde qué lugar son vinculados: como empleadas/os de las plantas semi industriales de Asoqueso o como socias/os de Agrolac?, ¿cómo participan en la gestión de Agrolac la diversidad de actores que lo componen: campesinas/os, profesionales y técnicos?

Estos dilemas coinciden con los análisis de Parasecoli (2010) quien ha observado los efectos de las nuevas formas de diferenciación que acompañan a los productos con *terroir*. En un análisis que tiene en cuenta las variables de género y clase, señala que los procesos burocráticos requeridos para asegurar y mantener una certificación como la DO favorecen de manera significativa a las personas (en gran medida hombres) de mayor nivel socioeconómico. Además, la mayor atención a los estándares de seguridad representa una seria amenaza para pequeños productores tradicionales que no pueden costear las pruebas y utilizar tecnología avanzada. De tal forma, las mujeres campesinas y de sectores subalternos —que suelen ser las principales productoras de alimentos tradicionales— generalmente tienen un acceso limitado a los procesos que definen y sancionan este tipo de certificaciones. Es más; como sugiere Parasecoli, las certificaciones de origen parecen favorecer a un tipo de productor (bien educado, conocedor de la ley, políticamente bien conectado) mientras que deja de lado las minorías que carecen de capital económico para participar en actividades rentables.

Es decir, la construcción y definición del *terroir* tiene impactos diferenciales entre actores con capitales socioeconómicos y simbólicos desiguales. Dada la participación desigual de los campesinos en la definición del queso, sus productos no cuentan con las características para acomodarse a la reinención material del queso Paipa con DO, que no solo define y delimita el *terroir* del queso Paipa, sino que establece y avala la calidad del producto. Así, Asoqueso paulatinamente influye en los criterios que definen los quesos protegidos y legitimados como auténticos y de calidad. Con ello, a su vez, introduce prácticas de valor

diferencial y desarrolla estrategias para que las y los consumidores adopten estos criterios de calidad y acepten pagar un precio diferencial por ellos. Los efectos discursivos y materiales de la construcción del *terroir* reproducen y fomentan las condiciones desiguales de la población campesina al trastocar, simultáneamente, la legitimidad de sus productos y la forma de valorarlos.

En contraste, la instrumentalización económica de la identidad campesina que la DO expresa, al mismo tiempo da lugar a que los campesinos, en el marco de la certificación y sus *poéticas de autenticidad*, critiquen e interpelen el espacio de poder gestado por Asoqueso. Ellas y ellos también reivindican material y discursivamente su papel como productores idóneos de quesos cuya calidad y valor están estrechamente ligados al lugar y forma de elaboración, al conocimiento y la tradición rurales.

Estrategias y demandas de productores/as campesinas y Agrolac

La DO pone de manifiesto su ejercicio altamente politizado, pues la definición del *terroir* es un espacio de disputas, interacciones estratégicas al igual que de representaciones políticas y culturales que les permiten a los actores legitimarse como productores del auténtico queso Paipa.

Algunos productores/as han apropiado conceptos como *lo artesanal* para legitimar su derecho a producir queso Paipa en sus propias condiciones. Don Edgar y doña Matilda, productores de Palermo, Paipa, me comentaron que habían estado en una reunión organizada por Agrolac y el Invima para conocer con qué condiciones se debía producir queso Paipa. Frente a estas exigencias que no podían cumplir porque “eso se va un montón de plata”, doña Matilda, un poco frustrada y molesta decía: “Nosotros, allá [se refiere a su lechería], como usted vio, sumercé, eso es *artesanal*” (Entrevista 5). Contrario a las ideas de los técnicos de alimentos que entienden las prácticas de los productores campesinos como poco seguras, las productoras argumentan que al cuidar ellas mismas de su ganado pueden garantizar la trazabilidad y la calidad de la leche. Otras productoras de queso argumentan que al producir lejos de la contaminación de la zona del valle de Paipa y Sotaquirá también garantizan la calidad sanitaria del producto.

Doña Matilda y don Edgar, al igual que otros productores, desean hacer parte de la DO y han empezado a asociarse a cooperativas como

Agrolac, ya que ser parte de la cadena de producción y comercialización del queso Paipa significa poder trabajar sin el temor de que les cierren las lecherías o les decomisen los quesos y es una alternativa económica para conservar su actividad agrícola. Así, la DO es un instrumento que complejiza, pero es la opción para muchos campesinos de enfrentar parcialmente, por medio de la asociatividad, retos tales como la escasez de leche en Paipa, la dificultad para madurar el queso, la desconfianza hacia las instituciones estatales y las limitaciones de infraestructura, el personal capacitado y el capital.

Para las y los productores campesinos, *lo artesanal*, antes que pertenecer a un pasado fijo que difícilmente logra subsistir —como a menudo ocurre cuando es invocado narrativamente el *terroir*— da cuenta de su carácter dinámico; implica resignificar y modificar constantemente la producción del queso por medio de la DO en aras de preservar sus formas de vida, fortalecer o, incluso, crear comunidad.

En efecto Agrolac —cuya junta directiva estaba compuesta por ganaderos de la región y algunos empresarios urbanos no vinculados a la producción pero que veían en el queso una posible opción de vida y de negocio— recurre a la identidad campesina para legitimarse como su representante, avanzar en su inserción en la cadena productiva del queso (ya sea como productores de leche o queso) y tener agencia e incidencia política en este proceso. Si bien para octubre de 2017 estaban gestionando la construcción de una planta de producción que cumpliera con los criterios sanitarios, durante gran parte de mi estadía en campo, impugnaban las nociones de legitimidad del *terroir* creadas por Asoqueso al argumentar que el uso de acero inoxidable, prensas hidráulicas, los lugares de fabricación del queso y el uso de razas de ganado modernas desconocían la protección al sabor del lugar del queso. Como lo expresó don Miguel, miembro de la junta directiva, contrario a los intereses de Asoqueso de reinventar la tradición para preservarla, los objetivos de Agrolac versaban en “rescatarla” para su preservación. Así, esta cooperativa hacía uso de las ideas del “pasado”, del lenguaje del *terroir* y, apropiaba y reinterpretaba los roles y competencias que este tipo de certificación les otorga, como entrada a la DO y como reconfiguración moral para legitimar su lugar en la cadena de producción frente a Asoqueso.

En este sentido, concuerdo con investigaciones sobre productos nacionales (Barrera, Quiñones y Jacanamijoy 2014) y de otros países

latinoamericanos (Rodríguez 2007) con designaciones de origen, las cuales sostienen que la legitimidad de la diferencia del producto y el espacio de exclusividad de la DO se forja creando, de forma y en tiempo paralelos, el espacio para la resistencia de los actores socioeconómicos y de poder que son marginados en el proceso de construcción de la certificación.

Los actores locales, como en el caso de los productores campesinos y Agrolac forjan estrategias y alianzas para tratar de hacer parte de la DO y con ello disfrutar de sus beneficios sociales, económicos y políticos. Como lo han señalado diferentes experiencias (Barhman 2003; West, 2016), lo que está en juego en estos procesos es la agencia de los actores locales para hacer frente a sus problemas sociales actuales y armarse con capacidades para hacer un futuro a partir de revalorizar elementos del pasado. A pesar de ello, solo unos pocos productores, y con dificultad, logran incluirse en este proceso que involucra incómodos niveles de vigilancia y costos económicos.

CONCLUSIONES

El examen de los procesos socioculturales y de relaciones de poder de las DO y el *terroir* es oportuno puesto que un número cada vez mayor de regiones (particularmente la Unión Europea) están creando estas designaciones distintivas para diversas clases de alimentos. Este análisis también cobra sentido en la medida en que la Unesco ha comenzado a promover alimentos y cocinas de variados países de Europa, Oriente Medio y América Latina como “patrimonio cultural inmaterial”. La noción de *terroir* es parte del reciente aumento del interés en la historia o el patrimonio alimentario. Prestar atención a la DO como una cara del fenómeno de la patrimonialización permite entrever las relaciones entre el campo cultural, el mercado y las estrategias políticas de una diversidad de actores que la promueven, la reciben o la impugnan. El análisis de estas imbricaciones llama a crear mecanismos alternativos a la implementación de la DO que fomenten relaciones más equitativas y participativas entre actores con capitales desiguales que se involucran en estos procesos.

En este artículo me propuse analizar cómo se construye el *terroir* del queso Paipa a partir del reconocimiento de la DO, así como las tensiones y negociaciones que se derivan de ello a escala local. Argumenté que el *terroir* del queso Paipa se imprime en el producto y en el lugar mediante las acciones de quienes lo producen con el fin de maniobrar y forjar

opciones en un contexto de condiciones económicas y reglamentarias cambiantes. En medio de este proceso, el queso se puede comprender como el resultado de materialidades y prácticas incorporadas de quienes lo fabrican, que a su vez se encuentran entrelazadas con las transformaciones derivadas de la producción y el consumo. Dichos entrelazamientos están mediados por dimensiones tecnocientíficas de producción y consumo de carácter global y a su vez visibilizan cómo el *terroir* reevalúa el carácter dicotómico entre tradición y modernidad, lo artesanal y lo industrial y los hacen cada vez menos distantes. Es más, da cuenta la manera en que este tipo de productos especializados se elaboran sobre la interrelación de estas diadas que posibilitan su sostenibilidad en una economía global (Herzfeld 2004).

La paulatina reinención del queso Paipa da cuenta de un proceso complejo de globalización de productos campesinos que plantea la pregunta sobre los actores a quienes sirve este tipo de certificación y quienes pueden acogerse a su progresiva reinención. Además, si bien los campesinos no participan de manera activa en la DO, sí se conectan a ella como proveedores de queso, legitimación del *terroir* y tienen intereses distintos. La presencia campesina complejiza el ensamblaje de la DO con sus disputas y tensiones entre actores heterogéneos, que hacen de esta certificación un proceso inconcluso y complejo que reactiva y genera nuevas tensiones entre los productores de Paipa y Sotaquirá y la región circundante.

Este artículo es un aporte a los estudios de la antropología de la alimentación en Colombia porque aborda la DO desde la perspectiva de los procesos sociales vinculados con la regulación alimentaria, la patrimonialización y la materialidad misma del producto. El caso del queso Paipa, además, es un escenario interesante para pensar los valores agregados a estos productos tradicionales y las tensiones que subyacen a lo artesanal en un contexto donde este adjetivo cobra cada vez más fuerza. Sin embargo, son muchas las preguntas que quedan abiertas para futuras indagaciones.

Un posible camino de investigación tiene que ver con la manera en que la DO se articula con diferencias de clase y género de cada contexto. El queso en las veredas de Paipa y Sotaquirá es producido en gran medida por mujeres campesinas con un acceso limitado a los procesos que definen y sancionan este tipo de certificación. Sin embargo,

la DO ha dado lugar a la aparición de numerosas instituciones como OVOP, la cooperación de Nueva Zelanda, la Unión Europea, entre otros actores, que discuten y formulan políticas cuyas destinatarias iniciales son las mujeres. En este contexto es importante investigar y preguntarse ¿qué papel es encomendado a las mujeres en las políticas de desarrollo gestadas desde la DO? y ¿qué posibilidades económicas, sociales y políticas abre la DO para las mujeres? Otro posible camino de investigación, relacionado con el anterior, es el análisis de las políticas de cooperación y ayuda al desarrollo propiciadas por la DO —en sus objetivos, formas y prácticas— en tanto formas de gobierno y gobernanza en los ensamblajes alimentarios entre países “desarrollados” y en “vía de desarrollo”. Asimismo, considero importante prestar atención a las formas en que la DO se articula a otras políticas económicas como las del turismo y la manera en que esta actividad deviene una fuerza más en el ensamblado del queso Paipa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acampora, Teresa y María Fonte. 2008. “Productos típicos, estrategias de desarrollo rural y conocimiento local”. *Revista Opera* 7: 191-212.
- Aranda, Yesid, Ana Cristina Gómez y Eduardo Ramos. 2014. “Tipificación de los vínculos producto típico-territorio: una metodología con aplicación empírica en productos agroalimentarios de la región andina de Colombia”. *Agroalimentaria* 20, 38: 15-33.
- Barham, Elizabeth. 2003. “Translating Terroir: The Global Challenge of French AOC Labeling”. *Journal of Rural Studies* 19, 1: 127-138.
- Barrera, Gloria, Ana Quiñones y Juan Carlos Jacanamijoy. 2014. “Riesgos y tensiones de las marcas colectivas y denominaciones de origen de las creaciones colectivas artesanales indígenas”. *Apuntes* 27, 1: 36-51.
- Belletti Giovanni y Andrea Marescotti. 2011. et al. “Origin Products, Geographical Indications and Rural Development” En *Labels of Origin for Food: Local Development, Global Recognition*. Editado por Elizabeth Barham y Bertil Sylvander, 75-91. Oxford: CABI.
- Besky, Sarah. 2013. “The Labor of Terroir and the Terroir of Labor: Geographical Indications and Darjeeling Tea Plantations”. *Agriculture Human Values* 31,1: 83-96.

- Bowen, Sarah y Kathryn de Master. 2011. "New Rural Livelihoods or Museums of Production? Quality Food Initiatives in Practice". *Journal of Rural Studies* 27, 1: 73-82.
- Bowen, Sarah. 2020. "Development from Within? The Potential for Geographical Indications in the Global South". *The Journal of World Intellectual Property* 13, 2: 231-252
- Camacho, Juana. 2014. "Una cocina exprés. Cómo se cocina una política pública de patrimonio culinario" En *El valor del patrimonio: mercado, políticas culturales y agenciamientos sociales*. Compilado por Margarita Chaves, Mauricio Montenegro y Marta Zambrano, 169-200. Bogotá: Instituto Colombiano de Antropología e Historia.
- Comaroff, John y Jean Comaroff. 2009. *Ethnicity, Inc*. Chicago: The University of Chicago Press.
- El Diario. 2018. "Así empezó el queso Paipa, de Boyacá para el mundo". 22 de junio de 2020. <https://periodicoeldiario.com/asi-empezo-el-queso-paipa-de-boyaca-para-el-mundo/>
- Gobernación del Departamento de Boyacá. (18 de octubre de 2013). Decreto 001223 del 2013.
- Grasseni, Cristina. 2003. "Packaging Skills. Calibrating Cheese to the Global Market." En *Commodifying Everything: Relationships of the Market*. Editado por Susan Strasser, 259-288. Londres: Routledge.
- Grasseni, Cristina et al. 2013. "Introducing a Special Issue on the Reinvention of Food". *Gastronomica: The Journal of Critical Food Studies* 14, 4: 1-6.
- Guntra, Aistara. 2014 "Authentic Anachronisms". *Gastronomica: The Journal of Critical Food Studies* 14, 4: 7-16.
- Heath, Deborah y Anne Meneley. 2007. "Techne, Technoscience, and the Circulation of Comestible Commodities: An Introduction". *American Anthropologist* 109, 4: 593-602.
- Herzfeld, Michael. 2004. *The Body Impolitic. Artisans and Artifice in the Global Hierarchy of Value*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Ministerio de Salud. (24 de febrero de 1986). Resolución 02310 de 1986.
- Ministerio de Protección Social (28 de febrero de 2006). Decreto 616 de 2006.
- Organización Mundial de la propiedad intelectual. (28 de septiembre de 1979). Arreglo de Lisboa relativo a la protección de las denominaciones de origen y su registro internacional. 14 de octubre de 2019. <https://wipo.int/es/text/285840>

- Parasecoli, Fabio. 2010. "The Gender of Geographical Indications: Women, Place and the Marketing of Identities". *Cultural Studies* 10, 6: 467-478.
- Paxson, Heather. 2010. *The Life of Cheese. Crafting Food and Value in America*. Berkeley, California: University of California Press.
- Robayo Ángela María y Fabio Alberto Pachón. 2013. "Caracterización de la cadena de los quesos Paipa y campesino en el marco del programa mercados campesinos: dos estudios de caso". *Revista de la Facultad de Medicina Veterinaria y de Zootecnia*, 60, 3: 196-212.
- Rodríguez, Guadalupe. 2007. "La dimensión intangible de la legitimidad: cultura y poder en las denominaciones de origen". En *En lo ancestral hay futuro: del tequila, los mezcales y otros agaves*. Editado por Patricia Colunga, et al. 191-212. Yucatán, México: Centro de Investigación Científica de Yucatán. Superintendencia de Industria y Comercio. (6 de diciembre de 2011). Resolución 0070802.
- West, Harry. 2016. "Artisanal Foods and the Cultural Economy: Perspectives on Craft, Heritage, Authenticity and Reconnection". En *The Handbook of Food and Anthropology*. Editado por Jakob A. Klein y James L. Watson, 406-434. Londres, Oxford, Nueva York, Nueva Delhi, Sidney: Bloomsbury.

Entrevistas

- Entrevista 1. "Eduardo". 10 de septiembre de 2017. Paipa, Boyacá. 52 min. Grabación de audio digital
- Entrevista 2. "Mario". 10 de agosto de 2017. En su casa, Sotaquirá, Boyacá. 45 min. Grabación de audio digital.
- Entrevista 3. "Sara". 20 de septiembre de 2018. Vereda el Rosal, municipio de Duitama, Boyacá. 1:10 hrs. Grabación de audio digital.
- Entrevista 4. "Georgina". 4 de mayo de 2016. Vereda El Volcán, Paipa, Boyacá. 42 min. Grabación de audio digital.
- Entrevista 5. "Matilda y Jorge". 31 de mayo de 2017. Paipa, Boyacá. 41 min. Grabación de audio digital.

Diarios de campo

- Diario de campo 1. Conversaciones informales. 3 de mayo de 2017. Vereda Palermo, Paipa, Boyacá. Notas de campo.
- Diario de campo 2. Conversaciones informales. 11 de julio de 2017. Vereda de Avendaños, Sotaquirá, Boyacá. Notas de campo.

- Diario de campo 3. Comité departamental OVOP. 31 de mayo de 2017. Paipa, Boyacá.
- Diario de campo 4. Comité departamental OVOP. 20 de febrero de 2017. Paipa, Boyacá.
- Diario de campo 5. Conversaciones informales. 31 de mayo de 2017. Vereda El Curial, Paipa, Boyacá. Notas de campo.
- Diario de campo 6. Conversaciones informales. (s.f.). Vereda de Avendaños, Sotaquirá, Boyacá. Notas de campo.
- Diario de campo 7. Acompañamiento visita productores campesinos. 3 de mayo de 2017. Vereda El Curial, Paipa, Boyacá.
- Diario de campo 8. Inauguración “Ruta del queso Paipa”, Expoartesánías 2017. 14 de diciembre de 2017. Corferias, Bogotá. Notas de campo.