Tejiendo a México a través de Indicaciones Geográficas: Las Marcas Colectivas

Región de Origen

Resumen

El Estado se vale de diversos recursos para ocupar el espacio público que están vinculados a sus instituciones y políticas. Sin embargo, los estudios de antropología del Estado se han preocupado más bien poco sobre cómo este se vale de las herramientas del mercado en su producción cotidiana; y los análisis de las herramientas de la propiedad industrial abordan apenas de manera tangencial las marcas que se producen por del Estado. Este trabajo aborda un ejemplo del uso de herramientas de la propiedad industrial por parte de instituciones estatales. Desde el año 2005, las Marcas Colectivas Región de Origen (MCROs) fueron promovidas como parte de una política económica del Estado de Michoacán, México. Esta política nos permite ver la proyección de la identidad nacional que los agentes estatales hacen sobre herramientas significantes de mercado; los usos que el Estado hace de estas herramientas para reforzar su presencia; y usos alternativos del derecho por parte de agentes del Estado.

Palabras clave:

Propiedad intelectual, burocracia, políticas públicas, Michoacán.

Abstract

The estate occupies public space through several resources linked to its institutions and policies. However, the anthropology of the state has dealt little with how trademark tools are used in its everyday production; and the analysis of industrial property tools barely considers the trademarks produced by the state. This article analyses a use of industrial property tools in the hands of state institutions. From 2005, Region of Origin Collective Trademarks were promoted as part of an economic policy of the state of Michoacán, México. This policy allows us to see how state agent project a national identity on market signifying tools; the uses that the state makes of these tools to reinforce its presence; and the alternative uses of law produced by state agents.

Key words:

Intellectual property, bureaucracy, public policies, Michoacán.

Introducción

Las rutas de autobuses del Estado de Michoacán a la Ciudad de México pasan por la Avenida de las Torres en su camino a la Central Camionera Poniente. Hasta hace unos años y aún en cierta medida, esta avenida ofrece un panorama de casas pintadas de un color amarillo brillante. Para un extranjero, en incluso para alguien de México, esto puede parecer una elección pintoresca de las personas que viven en esta parte de la ciudad, pero es mucho más que eso: es una expresión de los procesos políticos y de las prácticas del Estado. El color amarillo es el color del Partido de la Revolución Democrática (PRD), que gobernó la CDMX y repartía pintura en esta zona de la ciudad donde se encuentran varios barrios de escasos recursos.

El Estado se vale de diversos medios para ocupar el espacio público que están vinculados a sus instituciones y políticas. La antropología del Estado ha discutido ampliamente sobre la producción cotidiana del Estado, centrándose en la ejecución de políticas públicas, el funcionamiento de las burocracias y el trabajo de los agentes del Estado (Sharma & Gupta, 2006). Por otro lado, el estudio de significantes de mercado, como las marcas, ha mostrado su rol en la producción de identidades regionales y nacionales, y la manera en la que han venido a dominar la dimensión simbólica de la esfera pública (Coombe, 1996, 1998; Klein, 2007). Sin embargo, el estudio del Estado se ha preocupado más bien poco sobre cómo este se vale de las herramientas del mercado en su producción cotidiana; y los análisis de las herramientas de la propiedad industrial abordan apenas de manera tangencial las marcas que se producen en el marco del Estado. A pesar de esto, hay marcas del Estado por todo el espacio público, algunas incluso son marcas registradas. Este trabajo aborda un ejemplo del uso de herramientas de la propiedad industrial por parte de instituciones estatales.

Desde el año 2005, las Marcas Colectivas Región de Origen (MCROs) fueron promovidas como parte de una política económica del Estado de Michoacán, su uso aumentó significativamente en los siguientes años y se expandió por buena parte del país.. Sin embargo, las MCROs continúan siendo un caso de uso del derecho moldeado por agentes estatales por fuera de lo contemplado en la norma y presentan una experiencia excepcional de uso de la propiedad intelectual en las manos del Estado. El objetivo de este artículo es entretejer los procesos que dieron forma a las MCROs, como política pública, con

discusiones más amplias sobre el Estado. Esta política nos permite ver la proyección de la identidad nacional que los agentes estatales hacen sobre herramientas significantes de mercado; los usos que el Estado hace de estas herramientas para reforzar su presencia; y usos alternativos del derecho por parte de agentes del Estado.

Para mostrar estos puntos, me enfoco en dos momentos de la política de MCROs. En los procesos mediante los cuales una iniciativa de productores de queso Cotija se transforma en una política estatal en Michoacán, se observa con mayor claridad el contraste entre dos agendas de nación en el marco del Estado. En los procesos de implementación de la política, se observa la identidad de las instituciones locales y los agentes que las conforman, así como su impacto en la forma que toma la política. Finalmente, abordo la manera en la que el Estado se vale de una producción simbólica que forma parte de sus políticas públicas y se entretije, en este caso, con las herramientas de la propiedad intelectual.

Este trabajo se basa en un estudio cualitativo, llevado a cabo de 2010 a 2018, sobre las concepciones culturales y económicas de agentes de instituciones pública relevantes para los usos de las herramientas de la propiedad industrial en México y en Michoacán. El enfoque en agentes se inspira en el método de las biografías relacionales (Madsen, 2006)¹, a su vez, inspirado en el trabajo del sociólogo Pierre Bourdieu, para enfatizar la manera en la que los agentes comprenden y dan forma a la política pública y el ejercicio del derecho, y la manera en la que estos dependen de la competencia entre los agentes en un campo. Las agendas de quienes dirigen la política, sus intereses e ideologías son parte del tejido de la política que da forma al derecho. Este enfoque es complementario de los estudios de antropología del Estado que han mostrado la necesidad de superar el ideal monolítico weberiano con el que se concibe el Estado, para comprender las relaciones que dan forma a su funcionamiento y a nuestra experiencia con el mismo (Buchely, 2014; Sharma & Gupta, 2006).

1. La proyección de nación en las indicaciones geográficas

¹ Este trabajo se informa de doce entrevistas semi-estructuradas con agentes del Estado involucrados con la política de MCROs en Michoacán y también con los ciudadanos que iniciaron el proyecto. Adicionalmente, una investigación sobre los antecedentes biográficos de los agentes, información en medios sobre la política y la asistencia a eventos relacionados con la misma, permitieron obtener suficientes recuentos del desarrollo de la política para cuestionar la auto-representación de las instituciones y los discursos oficiales (Madsen, 2006). Adicionalmente, se realizaron nueve entrevistas semi-estructuradas con presidentes de MCROs en Michoacán y varias instancias de observación para explorar su visibilidad en el espacio público.

Las MCROs son un tipo de indicación geográfica que tomó forma como tal en una negociación entre los agentes del Estado de Michoacán y los del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), con dos agendas y visiones nacionales. Sin embargo, para abordar a estas visiones en el caso, es necesario atender a algunos aspectos esenciales de la propiedad industrial.

La propiedad industrial es un área del derecho en la que se regulan herramientas que constituyen significantes del mercado, como las marcas y las denominaciones de origen. Las marcas indican a un consumidor el origen o respaldo de un producto. En el caso de las marcas colectivas, su uso refiere a un grupo de productores que respaldan ciertos criterios de calidad de un producto. Por su parte, las indicaciones geográficas refieren a herramientas del derecho cuyo principal objetivo es establecer que un producto es especial debido a las condiciones geográficas y sociales del lugar en el que se produce. Se suelen identificar dos modelos para establecer este vínculo. Uno es el modelo *sui generis* que se ha desarrollado de manera fundamental en Europa y que usa la forma jurídica de las denominaciones de origen y, en algunos casos, una herramienta particular nombrada también indicación geográfica, que suele tener mayor flexibilidad en sus requisitos. El otro modelo, promovido por Estados Unidos, es el uso de marcas de certificación o colectivas para referir a agrupaciones de productores de regiones específicas. Desde la reforma de 2018, México es uno de los pocos países en donde se encuentran ambos modelos. Sin embargo, cuando se desarrolló esta investigación, las marcas colectivas no eran contempladas en el derecho mexicano como indicaciones geográficas.

¿Cómo llegaron entonces las marcas colectivas a constituirse en las indicaciones geográficas de facto que son las MCROs? Este proceso se debe a la iniciativa de los productores de queso Cotija para obtener una denominación de origen en el año 2004. El queso Cotija es una producción de comercio informal, realizada por unidades familiares en rancherías que se distribuyen en una zona geográfica mayoritariamente mestiza que se encuentra entre Michoacán y Jalisco (Barragán, 2008; Barragán & Chávez, 1998). Es un queso altamente apreciado por su calidad, cuyo mercado se encontraba amenazado la generalización del término “Cotija” para referir a quesos añejos. Frente a esta situación, un grupo de académicos, inspirados por la forma en la que se utilizan las denominaciones de origen en Europa, iniciaron un proceso de registro del queso Cotija (Autor 2016). Las

denominaciones de origen requieren una caracterización del territorio, tanto en su configuración física como en prácticas culturales, que expliquen por qué el producto es especial. El producto debe ser conocido por el nombre de una región específica y debe realizarse con materias primas endémicas. Gracias al apoyo de este grupo de académicos, se logró caracterizar este vínculo entre territorio y el queso Cotija. Sin embargo, al presentar su solicitud ante el IMPI, los solicitantes encontraron resistencia en la institución que los motivó a buscar el apoyo de agentes del gobierno de Michoacán; estableciéndose así las dos posiciones de negociación (Autor 2016).

Durante la disputa del queso Cotija, el Estado de Michoacán era gobernado por primera vez por el PRD (2002-2012). Aunque se fundó en 1989 en la ciudad de México, su fundador, Cuahutémoc Cárdenas Solórzano es originario de Michoacán. Lázaro Cárdenas Batel, hijo de Cuahutémoc Cárdenas, se convirtió en el primer gobernador del PRD en Michoacán en 2002, terminando una larga tradición de gobiernos por parte del Partido Revolucionario Institucional (PRI), que fuera fundado por su abuelo Lázaro Cárdenas del Río. La campaña de Lázaro Cárdenas Batel tomo de manera relevante el discurso de pluriculturalidad, que es el término retomado en el texto constitucional apenas en el año 2001. El primer contacto de la administración pública fue con Alfredo Ramírez Bedolla, abogado y funcionario de la Secretaría de Desarrollo Económico (Sedeco). A este se sumó la Casa de las Artesanías (Casart²), a cargo del arquitecto José René Carrillo.

Los agentes de Michoacán veían en la iniciativa del queso Cotija una oportunidad para generar mecanismos de protección para el sector artesanal y para potenciar las posibilidades de las comunidades de participar en el mercado. Este sector, en el que predominan comunidades indígenas, suele constituirse como un gremio organizado al exterior y al interior de las comunidades. La creación de artesanías se ubica mayoritariamente en la economía informal y la unidad de producción suele ser la familia. En Michoacán, las tradiciones artesanales suelen estar ancladas en comunidades específicas y ser diferentes de una comunidad a otra (Ibarra Rojas, 2016). Es, por lo tanto, un sector amplio donde los agentes del PRD veían una oportunidad que eventualmente aprovecharon.

² La Casart se transformó en el Instituto del Artesano Michoacano. Sin embargo, mientras se llevó adelante la política de MCROs la institución correspondiente aún era la Casart.

Esta visión, a su vez, se sustentaba también en los obstáculos para integrar expresiones culturales tradicionales, como el sector artesanal, en la propiedad intelectual, y las alternativas que se encuentran en las indicaciones geográficas. Efectivamente, la literatura sobre las exclusiones y despojos que se han generado por la imposibilidad de incluir a las expresiones culturales tradicionales en la propiedad intelectual es amplísima (por ejemplo: Flórez, 2007; Ibarra Rojas, 2019; OMPI, 2015). A pesar de lo anterior, los modelos colectivos de propiedad intelectual, como las indicaciones geográficas, han sido impulsados en el plano internacional como alternativas para establecer mecanismos de protección y control de las expresiones culturales tradicionales en países con importantes economías rurales; además de facilitar el mejoramiento de las condiciones de gobernanza, participación política y la revaloración de los productos artesanales, la diversidad cultural y el patrimonio cultural de las naciones (por ejemplo: Antons, 2017; Aylwin & Coombe, 2014; Coombe & Malik, 2017). Sin embargo, también se han identificado problemáticas sustanciales en la implementación de indicaciones geográficas, relacionadas con procesos de exclusión, dificultades para beneficiar a los productores locales y con los defectos de los mecanismos burocráticos que incorporan (por ejemplo: Antons, 2017; Barnette, 2012; Calboli, 2017; Coombe & Malik, 2017). Aunque algunos de estos peligros acabaron configurándose en el caso de Michoacán, los agentes de su administración consideraban que las denominaciones de origen podían abrir una oportunidad que no estaba explorada.

La perspectiva de los agentes del gobierno de Michoacán muestra la manera en la que el término pluricultural asume una orientación de multiculturalismo neoliberal (Hale, 2002, 2004). Los agentes involucrados habían tenido una carrera política muy cercana a la familia Cárdenas, habiendo trabajado en gobiernos anteriores de integrantes de esta familia. Durante mucho tiempo, el PRD se había identificado como un partido de izquierda, aunque no necesariamente favorable a las luchas de pueblos y comunidades indígenas. Sin embargo, los agentes del PRD manifestaban frecuentemente la preocupación del gobernador por el tema particular de la cultura y de la diversidad cultural, hablando en ocasiones de su formación como antropólogo. Esto era evidente también en su plan estatal de desarrollo (Ibarra Rojas, 2013). Quienes llevaban adelante el apoyo a Cotija veían en esta lucha una oportunidad de adelantar los intereses del gobernador en una política de indicaciones geográficas que podía beneficiar al sector artesanal entero. Los artesanos,

finalmente dedicados al comercio, serían dotados de herramientas que ayudarían también al Estado para mostrar sus acciones en favor de comunidades indígenas a nivel local e internacional. Se veía como una estrategia de mercado y promoción, para las artesanías y para el gobierno del PRD. El discurso tomaba un tono multicultural, que se alejaba de la negación del valor de las culturas de pueblos indígenas, común en México con las políticas indigenistas del siglo pasado, para asumir discursos de amplio reconocimiento de ese valor e incluso la generación de políticas públicas para resaltarlo.

Como ha esbozado también ya ampliamente la crítica al multiculturalismo neoliberal (por ejemplo: Hale, 2002, 2004), este reconocimiento se hacía también a un indígena folklorizado y neoliberalizado; permitido en su orientación cultural y comercial. No se incluyeron en las discusiones ni siquiera a las organizaciones más consolidadas de artesanos en Michoacán, como la Unión de Artesanos Michoacanos (Uniamich). Tampoco se discutieron seriamente las condiciones económicas de las y los artesanos que podían complicar el uso de las herramientas que se buscaban. Los agentes del Estado, los entrevistados y los que se manifestaban en foros públicos, referían constantemente a las necesidades económicas de las y los artesanos, asumiendo que denominaciones de origen ayudarían a remediarlas. Sin embargo, los agentes del gobierno de Michoacán no discutían estas posibilidades en un sector que se mantiene en la informalidad y los obstáculos que esto implica. Con todos estos elementos, se retomaba un proyecto de nación en el que la diversidad étnica es permitida y celebrada dentro de marcos que favorecen el comercio y retienen el poder de agentes de las culturas dominantes en la toma de decisiones.

Frente a esta posición, el IMPI sostenía una perspectiva, también neoliberal, pero anclada en visiones nacionalistas mucho menos tendientes a reconocer el valor de las culturas de pueblos y comunidades indígenas. Los agentes del IMPI consideraban que las denominaciones de origen, más allá de lo indicado en la misma ley, son herramientas que se valoran principalmente en mercados externos a México, donde se les conoce más como garantías de calidad. Su uso, entonces, debía responder al objetivo de potenciar la posición de los productos más representativos de México en el mercado internacional; aquellos que ya tienen una importante potencia simbólica y económica; que no era el caso del queso Cotija.

Esta orientación del IMPI ha dado forma a las indicaciones geográficas en México más allá del caso del queso Cotija. El análisis de las denominaciones de origen en México se ha centrado en mostrar las deficiencias de la denominación de origen del tequila, sin duda una de las más famosas a nivel internacional, que ha beneficiado solamente a grandes compañías en perjuicio de los productores tradicionales y la sustentabilidad ecológica (Barnette, 2012; Bowen, 2012; Bowen & Gaytán, 2012; Bowen & Zapata, 2009). Bowen (2012) sostiene que parte del fracaso de la denominación de origen del tequila es que el gobierno mexicano no ha robustecido los objetivos de su política de denominaciones de origen. Sin embargo, la posición del IMPI en el caso del queso Cotija muestra que el gobierno mexicano sí tiene objetivos claros en su política de denominaciones de origen, pero que estos objetivos se tratan mucho menos de fortalecer a los productores locales y la sustentabilidad de los productos. En cambio, los agentes que llevan adelante la política de denominaciones de origen en el IMPI se enfocan en fortalecer productos que representan a México en manos de fuertes actores del mercado. Como las mismas Bowen y Gaytán (2012) señalan, en lo que refiere a la denominación de origen del tequila, el Estado mexicano ha tomado el papel de prevenir el tráfico ilícito en otros países mucho más que el de proteger los intereses diversos que se manifiestan en la cadena productiva del mismo.

Esta orientación de mercado se hace desde un tipo de nacionalismo que está inserto en la forma misma de la propiedad industrial. El uso de una narrativa que asocia una marca con una identidad nacional no es una novedad (Coombe, 1996); pero normalmente son marcas privadas, no del Estado. Las indicaciones geográficas han abierto mucho más esta puerta en México y otros países aunque esto apenas se empieza a explorar (Antons, 2017; Bowen & Gaytán, 2012). Las indicaciones geográficas se definen frecuentemente como “productos colectivos administrados por un grupo de actores locales” (Bowen, 2012, p. 92); pero, en México, las indicaciones geográficas se asocian a productos “nacionales” y esto significa algo enteramente distinto. Las denominaciones de origen son propiedad del Estado, que posteriormente da permisos para su uso a particulares. Así, el reconocimiento del valor de un producto con una indicación geográfica viene acompañado de una expropiación de la titularidad del mismo. El producto puede ser valioso en relación con el lugar del que proviene, pero la denominación de origen no será de la comunidad que lo produce, sino del Estado mexicano. Esta tendencia se amplió y replicó en la reforma de 2018. Al incorporar

nuevas formas de indicaciones geográficas, todas ellas, incluso las que son marcas, se asignan a la titularidad del Estado mexicano.

En esta visión hay muy poco espacio para los intereses de pueblos y comunidades indígenas y a otras producciones tradicionales. Cuando entrevisté a las personas que llevaron el proyecto del queso Cotija al IMPI, se quejaron constantemente del poco valor que el personal del instituto le daba estas producciones y a sus productores. Mi experiencia no fue distinta. Una de las observaciones que el texto clásico de Abrams (1988) sobre la dificultad de estudiar el Estado, el autor señala que los discursos de los agentes suelen estar ocultos tras una corrección institucional interiorizada y usada para protegerla. Sin embargo, la corrección en sí misma puede ser reveladora. Cuando pregunté sobre las expresiones culturales tradicionales de pueblos y comunidades indígenas y la posibilidad de que obtuvieran derechos de propiedad intelectual sobre las mismas, la respuesta del funcionario entrevistado fue contundente: “los indígenas son mexicanos, entonces sus culturas son parte de la cultura mexicana”. No había valor reconocido a estas expresiones, y si lo hubiere, sería de México, no de las comunidades. Estas afirmaciones no requirieron un complejo proceso de entrevistas en las que se rompiera una primera línea argumentativa, fueron expresadas casual y rápidamente porque las convicciones de los agentes entrevistados son seguramente ampliamente compartidas en la institución. Esta es la visión que se proyectó desde el Estado mexicano durante la época de políticas indigenistas que proyectaban la integración de los pueblos indígenas en la identidad mestiza; y es una visión que prevalece hoy en día.

Siendo así, la orientación del IMPI muestra la persistencia de dos elementos en el proyecto nacional, a pesar de las transformaciones legales y los cambios en el gobierno: la poca valoración de los pueblos y comunidades indígenas en un modelo de nación y la continuidad del proyecto neoliberal en la misma. El IMPI, efectivamente, es una institución que nació en el marco de las negociaciones del TLCAN. Jorge Amigo fue titular del IMPI durante dieciocho años después de su creación, con cuatro presidentes de dos partidos distintos. Se trata de un actor esencial en las negociaciones del TLCAN y también de un funcionario con una clara orientación y trayectoria hacia el comercio internacional. Su permanencia es excepcional, y reveladora de la sólida agenda de esta institución. Actualmente, la institución ha pasado ya por más de un liderazgo, pero continua teniendo

poca participación en los recientes escándalos de apropiación de diseños de comunidades indígenas y las discusiones legislativas en la materia (Ibarra Rojas, 2019).

El impase entre las dos agendas estatales en disputa en el caso de la aplicación del queso Cotija, resultó en la primera MCRO. Seguramente inspirados por su uso en Estados Unidos, los agentes del IMPI sugirieron el uso de marcas colectivas para lograr un registro de colectividades de productores bajo las mismas reglas de uso, garantizando estándares compartidos de calidad. Su argumento más convincente era precisamente que las marcas quedarían en manos de los productores y no del Estado mexicano. A pesar de esto, para quienes promovían Cotija era necesario superar su limitación para hacer referencia al vínculo entre producto y territorio. En su solicitud de una marca colectiva, el equipo de Cotija presentó varias opciones para el registro, incluyendo “Queso Cotija Región de Origen” que incluía la palabra genérica queso y una frase ambigua, región de origen, ambas cosas prohibidas por ley, al igual que la referencia geográfica. Esta opción fue aceptada. No pude confirmar porqué la autoridad tomó esta decisión pero, al hacerlo, las marcas colectivas fueron transformadas en indicaciones geográficas de facto.

La política de marcas consolidó en los agentes de las instituciones michoacanas la visión de que estas son propiamente ‘marcas región de origen’. Esta es la disputa central del campo jurídico, la disputa (Bourdieu, 2003) por decir el derecho. En el excepcional estudio de Antons Antons (2017), sobre el caso de Indonesia, donde la descentralización de la política de indicaciones geográficas es excepcional, las posiciones de agentes estatales locales y regionales puede variar respecto del rol de las mismas en el desarrollo económico, pero el gobierno central sigue dando poco espacio de acción a los agentes locales. Algo similar sucede en México en la lucha por decir el derecho. Varios de los agentes institucionales entrevistados, especialmente los de la SEDECO, sostenían que México tenía un vacío legal de indicaciones geográficas que las MCROs estaban llenando. Por su parte, los agentes del IMPI consistentemente señalaron que la expresión ‘región de origen’ era meramente nominativa y sin valor legal alguno. Aunque las MCROs siguen registradas como tal, las transformaciones de la ley no las han retomado.

2. Los agentes que dan forma al Estado y a las MACROs

A pesar de su poco impacto legislativo y acorde con los objetivos de los agentes del Estado de Michoacán, el logro de una indicación geográfica de facto se articuló en una política

pública orientada al vasto sector artesanal de este Estado. Aunque desde el diseño de las MCROs fue evidente que las visiones de determinados agentes juegan un papel fundamental en dar forma a la práctica del derecho, esto se hizo mucho más claro con el desarrollo de la política en distintas administraciones del PRD. En cada momento, hay elementos de la política que son atribuibles a la estructura, funciones y formas burocráticas de la institución, pero también hay elementos que se explican por las trayectorias personales de funcionarios específicos.

El inicio de la política fue sumamente exitoso en el sentido de aumentar significativamente el número de registros con el modelo de Cotija y también en posicionarse como parte relevante de la política cultural del gobierno del PRD. Los agentes de la administración pública de Michoacán entrevistados identificaron la política de marcas colectivas como parte del legado en materia cultural del gobierno de Lázaro Cárdenas Batel. Sin embargo, la primera marca fue registrada en 2005 y el gobierno de Lázaro Cárdenas Batel terminaba en 2008, así que había presión para la rápida expansión de la política. Para 2010, no solamente se habían registrado cerca de cincuenta MCROs en Michoacán, sino que el proyecto se había expandido por el mismo equipo de la Casart a 17 estados mexicanos a través del apoyo del Fondo para las Artes (Fonart). Así, lo que pudo ser una marca con un modelo anecdótico, llegó a ser una forma de indicación geográfica ampliamente difundida.

Dado que la Casart tenía mayor contacto con el sector artesanal, esta institución era el espacio natural para la política de MCROs. El primer impacto del involucramiento de la Casart fue llevar al proyecto de a productos no comestibles y dentro del amplio abanico de producción artesanal de esta institución: alfarería, muebles, textiles, etc. Las prácticas de la Casart tuvieron un impacto en la forma de la política en otros sentidos también. Desde la Casart convocaban a una reunión en las comunidades donde se planeaba el registro de una marca. Los recuentos de estas reuniones indican que las mismas eran monopolizadas por las disputas entre distintas asociaciones artesanales en las comunidades, o por disputas al interior de una sola asociación. Sobre las marcas, y la propiedad industrial en sí queda muy poco en la memoria de las y los artesanos. La mayoría recuerda las MCROs como nuevas organizaciones para solicitar recursos a la Casart. Esto se relaciona también con otras políticas de la Casart. Algunas de las políticas de la Casart incluyen la realización de ferias artesanales en las cuales los lugares se reparten por medio de las y los presidentes de cada

grupo artesanal en las comunidades. También se realizan concursos, en los que la Casart realiza compras a las y los artesanos, y dónde también los espacios se consideran un bien a conseguir y repartir entre las familias (Ibarra Rojas, 2016). La relación entre las y los artesanos con la Casart suele estar intermediada por las y los presidentes de las asociaciones de artesanos quienes, a su vez, “reparten” los beneficios. Las asociaciones que se formaban para el registro de marcas fueron entendidas como una manera más de articular esta relación por medio de presidentes de artesanos que podían reafirmar o disputar los liderazgos ya establecidos.

El proyecto quedó en manos de un abogado de la universidad pública local, quien había trabajado anteriormente en iniciativas para lograr derechos de autor en el sector artesanal y que trabajaba casi exclusivamente con una sola persona de apoyo. El perfil de este agente estatal representa una forma de agente que es poco visible en los estudios de la burocracia. Diversos trabajos han tratado descentralizar la visión del Estado que, desde una visión Weberiana, veía a las autoridades a la cabeza de las instituciones como quienes daban forma a las políticas, para estudiar a los burócratas que trabajan en un nivel de calle, quienes realmente interactúan con las personas desde las instituciones (Dussauge, Cejudo, & Pardo, 2018; Gupta, 2006; Lipsky, 1983). Sin embargo, esto supone una polarización que pierde un lugar intermedio. Quien llevó el proyecto en la Casart, al igual que quién llevó el proyecto cuando la política se trasladó a la Sedeco, no eran funcionarios del más bajo nivel, ni tampoco del más alto. Eran coordinadores de área que tomaban decisiones esenciales sobre el desarrollo de la política desde un papel de jerarquía. Esto implica que no solamente aprovechaban espacios de discrecionalidad, sino que construían las estructuras de la política. Asimismo, eran quienes personalmente interactuaban con las y los artesanos y productores que se integrarían en las asociaciones. Si los burócratas de nivel de calle son un sector poco estudiado en México y América Latina (Dussauge et al., 2018), estos burócratas intermedios de las instituciones locales son prácticamente invisibles en la literatura

Dos aspectos del sector artesanal se consideraban esenciales en el desarrollo de la política: las asociaciones no podían formalizarse en el sentido de generar responsabilidades fiscales; y que las y los artesanos no tenían recursos para invertir en las herramientas necesarias para dar vida en la esfera pública a las MCROs. Los agentes de Casart orientaron los recursos al

registro de las MCROs y repartieron herramientas como banners, etiquetas y hologramas como estrategia de comercialización. Aunque en las reuniones con las y los artesanos no se transmitió claramente la identidad de la política, este abogado entendía claramente que las MCROs no eran comparables al derecho de autor, que había explorado antes, y que su fuerza dependía de alguna estrategia de publicidad que no podrían llevar adelante las comunidades, incluso si estas estrategias son más bien poco comunes en las políticas de la Casart.

Sus acciones hicieron a las MCROs parte de la producción simbólica del Estado en el espacio público. Los banners de las marcas, se acompañaban también los logos y colores del gobierno del Estado y de la Casart. Si bien estas herramientas estaban pensadas inicialmente para posicionar los productos artesanales simbólicamente en el mercado, la inclusión de los logos las hacía también publicidad de las acciones del Estado y la política misma, haciéndolas relevantes para la construcción cotidiana de una imagen de coherencia y cohesión del Estado (Sharma & Gupta, 2006). En las políticas públicas se incluye generalmente un elemento visual: uniformes para los burócratas callejeros, placas, nombres de calles. Estos elementos se encuentran estudiados principalmente en su rol para la interiorización de la representación del estado en sus funcionarios (Sharma & Gupta, 2006), pero configura la presencia visual del Estado para todas las personas. La política de MCROs era, esencialmente, la producción de un elemento visual para el sector artesanal en el que se incorporó una mercadotecnia estatal.

Las cosas cambiaron con la elección de Leonel Godoy Rangel como gobernador en 2008. El nuevo gobernador heredó y continuó con algunas de las posiciones de su predecesor (Ibarra Rojas, 2013), lo que no es sorprendente dado que su carrera política también había estado ligada a los Cárdenas desde la fundación del PRD, pero su administración tampoco fue una mera replica de la anterior.

En 2009 la dirección de la Casart cambió y la política de MCROs desapareció de esta institución. La Casart pasó primero a manos de Sergio Herrera Álvarez, un empresario restaurantero local que duró apenas dos años en el cargo, durante los cuales la institución tomó una dirección centrada en la promoción de la artesanía de más alto perfil. En 2011, Víctor René Ocaña Rivera, otro empresario que inició su carrera política como asesor en materia artesanal en el gobierno de Leonel Godoy, fue nombrado director de la Casart.

Aunque consideraba que MCROs eran una buena herramienta porque extendían alguna protección de propiedad intelectual a los artesanos, consideraba también que estaban “mal registradas”. Aunque el seguimiento de las subsecuentes administraciones de la Casart ha sido menos sistemático, es claro que la política de MCROs no ha sido retomada. Cada director de la Casart entra con una nueva agenda y visión del rol de la artesanía en Michoacán y de las instituciones públicas respecto de este sector, y las MCROs son identificadas con un periodo de la administración previo. Esto es un proceso común en los campos, ya que en la competencia entre agentes, estos intentan contrarrestar la hegemonía y autoridad de sus predecesores para establecer la propia (Bourdieu, 2008).

La política de MCROs fue retomada por la Sedeco con el Programa de Propiedad Industrial Promiorigen, seguramente a iniciativa de Alfredo Ramírez Bedolla quien ocupaba la Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa, y este cambio volvió a transformar la orientación de la política. Las nuevas solicitudes de registro de marcas volvieron al sector alimentario, con productos como pan, limón, chorizo y otros quesos. Ya no se trataba de productores en la economía informal. Por el perfil de la institución, esta requiere que los beneficiarios de sus políticas puedan tengan registros fiscales para producir facturas que respalden el uso de recursos.

Alfredo Ramírez Bedolla había trabajado previamente en el Instituto de Capacitación para el Trabajo de Michoacán (ICATMI), así que la política incorporó medidas de capacitación. Dentro del Promiorigen. Las capacitaciones y certificaciones del ICATMI se vieron como estrategia alternativa para garantizar la calidad de los productos. Estas capacitaciones debían tomar como referencia las reglas de uso, pero las mismas no eran particularmente detalladas. En ocasiones, los artesanos más reconocidos eran reclutados para efectuar las capacitaciones, pero en otras ocasiones se buscaba expertos externos a las comunidades. Mediante este híbrido entre la política de MCROs y el ICATMI, esta institución se volvió la voz final sobre los criterios de calidad para algunas tradiciones artesanales de Michoacán, dejando frecuentemente de lado la experiencia de los expertos de las comunidades.

Lo anterior sustenta algunas de las críticas que se han hecho a los mecanismos por medio de los cuales las indicaciones geográficas buscan establecer la calidad de los productos que respaldan. Estos mecanismos suelen ser integrados por consejos regulatorios que llevan a

cabo procesos de vigilancia respecto de las condiciones de producción. Sin embargo, Linck y Barragán (2010) sostienen que estos mecanismos en realidad realizan un proceso de expropiación, pues implican un control del territorio y de los aspectos sociales, productivos y simbólicos en los que se basa el valor de un producto. Ciertamente, los consejos regulatorios no siempre incluyen a las personas de comunidades y en varios casos suelen estar controlados más bien por los gobiernos (Antons 2017; Barnette 2012; Bowen 2012).

Aunque Ramírez Bedolla estuvo siempre involucrado en la política, puso a cargo a un abogado egresado de la universidad local que ocupaba el Departamento de Atención y Servicios para la Gestión de Negocios de 2007 a 2011. El perfil de este agente estatal replicaba en muchos sentidos el del abogado que llevó la política en la Casart.

Los agentes de la Sedeco también iniciaron medidas para garantizar una vida a la política de MCROs más allá de las instituciones. Las posibilidades de una transición política en las siguientes elecciones eran mucho mayores y, para los agentes de la Sedeco, esto significaba que había una necesidad de que las MCROS contaran con una organización por fuera del Estado para que, como la Uniamich, pudieran unir fuerzas y generar presión política para mantener vivo el proyecto. Con esto en mente, promovieron la creación del Consejo Michoacano de Marcas Colectivas (CMMC) en el año 2010. Este interés en consolidar las MCROs fuera del Estado, muestra las contingencias de quienes ocupan estos espacios, quienes buscaban proteger su capital político después de que dejaran sus cargos. El Estado no se presenta entonces con límites claramente delimitados y distinto del resto de la sociedad, sino que la frontera entre los agentes del Estado y los de la sociedad civil es un efecto del poder (Sharma & Gupta, 2006). Esto no significa que el poder desaparezca una vez que los agentes dejan de ocupar posiciones en las instituciones del Estado, sino que las formas en las que este se construye y se práctica son fluctuantes. Las estrategias cambian dependiendo de los capitales disponibles para los agentes interesados en la política, según su posición respecto de las instituciones estatales.

En 2012, la nueva administración de Michoacán significó un regreso del PRI al gobierno del Estado con la victoria de Fausto Vallejo Figueroa que marcó el inicio de un periodo de mucha inestabilidad. Este contexto tuvo impacto, al menos, en la Sedeco que tuvo más de cinco encargados 2012 y 2015. En este contexto, las MCROs prácticamente desaparecieron como política pública. Los agentes de SEDECO señalaron que las políticas que continuaron

fueron las que contaban con presupuesto asignado y estaban en manos del personal permanente de la institución. Entre el personal de la administración pública hay una distinción importante entre quienes son empleados sindicalizados y los puestos de confianza. Los primeros suelen tener contratos permanentes y son parte de un sindicato con mucha presencia en el panorama político local, también suelen ocupar puestos más burocráticos. Los segundos suelen ocupar puestos de coordinación cuya temporalidad se encuentra ligada al periodo de gobierno de quien lidera la institución. Esta situación suele ser poco explorada en las investigaciones sobre cómo los burócratas dan forma al Estado (Dussauge et al., 2018; Lipsky, 1983; Sharma & Gupta, 2006), pero es fundamental para las instituciones. Las MCROs, por ejemplo, se encontraron siempre en manos de empleados de confianza mucho más cercanos a la agenda del liderazgo político en turno y el presupuesto asignado a las mismas se había agotado hacia el final de la administración de Leonel Godoy. Sin embargo, algunos de los agentes que habían construido las MCROS como parte de su capital político continuaron promoviendo su uso desde diversas instituciones estatales.

Reflexiones finales

En este trabajo he mostrado la manera en las que las MCROs expresaron agendas de nación y que el Estado, en su producción simbólica, se vale de marcas, ya sea que estas estén registradas o no. Estas marcas cambian con cada administración, adquieren colores, slogans y símbolos distintivos que nos muestran tanto la presencia constante como las transiciones del Estado. Con cada cambio de administración, por ejemplo, podemos ver los colores de los edificios en donde funcionan instituciones estatales transformarse. Quienes reciben asistencia del Estado reciben también objetos que, como las marcas, difunden el origen de los recursos y visibilizan al Estado. En la construcción cotidiana del Estado, las imágenes relacionadas con el mismo en los espacios públicos dan “una chapa de consistencia, sistematicidad, control centralizado e integralidad” (Sharma and Gupta 2006:19). Estas herramientas no se justifican como beneficios para los gobernados o por ser esenciales para el funcionamiento mismo de las instituciones. Su finalidad es reforzar la presencia visual del Estado en el espacio público. Efectivamente, el Estado también se produce como un ambiente visual.

Esta dinámica está inevitablemente ligada a las MCROs. En 2010, en una de las ferias artesanales más importantes de Michoacán, los stands de las comunidades identificaban cada producto con un banner de MCRO. El mapa de Michoacán se transformaba también en el mapa de compras que la administración local distribuía a los turistas. Apenas unos años más tarde, en mi exploración en ferias artesanales, concursos y las comunidades mismas, encontré apenas algunos banners de las MCROs, frecuentemente olvidados en alguna esquina, polvosos y doblados, a veces usados para proteger las artesanías del polvo. ¿Qué cambió? El partido gobernante y su propio ambiente visual.

La historia de las MCROs en Michoacán, en realidad, puede decir poco sobre los posibles usos de la propiedad intelectual para generar transformaciones sociales en el sector artesanal, por lo menos en lo que refiere al uso de indicaciones geográficas. Esto se debe a la poca incorporación que han generado en las comunidades. En otro trabajo exploro los pocos casos en los que las MCROs han logrado ocupar un espacio en la vida de las comunidades (Autor 2020). Son casos particulares donde las asociaciones lograron articular a, por lo menos, un grupo significativo de las personas dedicadas al sector artesanal; o los casos en los que esas mismas asociaciones han usado la marca como legitimador para ejercer presión política. Estos casos especiales, sin embargo, continúan siendo poco representativos de la política en general.

En cambio, las MCROs abren un espacio para observar que el derecho es negociado en disputas políticas. Esto permite que ciertos agentes exploten el poder simbólico del derecho, llevando las formas jurídicas más allá del texto de la ley, como lo muestra el presente caso. En Michoacán, las acciones de los agentes del Estado han dado forma a una agenda política local y han creado uno de los usos alternativos de propiedad industrial más generalizados en el sector artesanal, si bien con muchas deficiencias. Los agentes incorporan los proyectos como parte de su identidad como funcionarios o aspirantes políticos, de la misma manera que sus antecedentes e intereses dan forma a los proyectos. Esto contribuye a la visión de que los proyectos se vuelven herencia de un agente político específico, lo que refuerza el rechazo por parte de las siguientes administraciones. La vida de las MCROS ha sido mucho más larga en los proyectos políticos de ciertos agentes, que fluctúan entre estar dentro y fuera de la estatalidad, que en una misma institución de la administración pública.

Esto se debe a que no hay homogeneidad en los intereses y los agentes que integran la administración pública, y estos no se mantienen constantes con el transcurso del tiempo. En la exploración que realiza Buchely (2014) sobre las perspectivas antropológicas del Estado, señala la observación de las políticas públicas en el contexto de transición y disputa por el Estado se enfocan en objetivos a corto plazo. Esto no es caracterizado como una falla del Estado, del que solemos esperar mayor estabilidad, sino como un elemento constitutivo del poder del Estado en la cotidianeidad de los ciudadanos.

Referencias

- Abrams, P. (1988). Notes on the Difficulty of Studying the State. *Journal of Historical Sociology*, 1(1), 58–89.
- Antons, C. (2017). Geographical Indications and Decentralization Policies: The Case of Indonesia. En I. Calboli & N.-L. Wee Loon (Eds.), *Geographical Indications at the Crossroads of Trade, Development and Culture in Asia-Pacific* (Vol. 108, pp. 485–507). New York: Cambridge University Press.
- Aylwin, N., & Coombe, R. J. (2014). Marks Indicating Conditions of Origin in Rights-Based Sustainable Development. *University of California, Davis Law Review*, 47, 753–786. Recuperado de <http://rcoombe.artmob.ca/wp-content/uploads/2011/10/IndicatingConditionsofOrigin.pdf>
- Barnette, J. (2012). Geographic Indications as a Tool to Promote Sustainability? Café de Colombia and Tequila Compared. *Ecology law currents*, 39, 102–112.
- Barragán, E. (2008). *Andando se llega lejos. Las batallas del queso Cotija*. Morelia: COECYT, El Colegio de Michoacán.
- Barragán, E., & Chávez, M. (1998). El queso Cotija se nos va de las manos. En V. Oikión (Ed.), *Manufacturas de Michoacán* (pp. 189–219). Zamora: El Colegio de Michoacán.
- Bourdieu, P. (2003). Los juristas, guardianes de la hipocresía colectiva. *Jueces para la democracia*, (47), 3–5. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=668790>
- Bourdieu, P. (2008). Algunas propiedades de los campos. En *Cuestiones de Sociología* (pp. 112–119). Madrid: Akal.
- Bowen, S. (2012). Las indicaciones geográficas, la globalización y el desarrollo territorial: el caso tequila. *Agroalimentaria*, 18(34), 91–103.

- Bowen, S., & Gaytán, M. S. (2012). The Paradox of Protection: National Identity, Global Commodity Chains, and the Tequila Industry. *Social Problems*, 59(1), 70–93. <https://doi.org/10.1525/sp.2012.59.1.70>
- Bowen, S., & Zapata, A. V. (2009). Geographical indications, terroir, and socioeconomic and ecological sustainability: The case of tequila. *Journal of Rural Studies*, 25(1), 108–119. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2008.07.003>
- Buchely, L. (2014). Más allá del modelo weberiano: el debate sobre las burocracias del estado. En *Las burocracias* (pp. 11–95). Bogotá: Siglo del Hombre, Universidad de los Andes, Pontificia Universidad Javeriana.
- Calboli, I. (2017). Geographical Indications between Trade, Development, Culture, and Marketing: Framing a Fair(er) System of Protection in the Global Economy? En I. Calboli & N.-L. Wee Loon (Eds.), *Geographical Indications at the Crossroads of Trade, Development and Culture in Asia-Pacific* (pp. 3–35). New York: Cambridge University Press.
- Coombe, R. J. (1996). Marking Difference in American Commerce: Trademarks and Alterity at Century's End. *PoLar*, 19(1), 106–115. Recuperado de http://www.yorku.ca/rcoombe/publications/Coombe_Marking_Difference.pdf
- Coombe, R. J. (1998). *The Cultural Life of Intellectual Properties. Authorship, Appropriation, and the Law*. Durham and London: Duke University Press.
- Coombe, R. J., & Malik, S. A. (2017). Rethinking the Work of Geographical Indications in Asia: Addressing Hidden Geographies of Gendered Labor. En I. Calboli & N.-L. Wee Loon (Eds.), *Geographical Indications at the Crossroads of Trade, Development and Culture in Asia-Pacific* (pp. 87–121). New York: Cambridge University Press.
- Dussauge, M. I., Cejudo, G. M., & Pardo, M. del C. (2018). Estudio introductorio. En M. I. Dussauge, G. M. Cejudo, & M. del C. Pardo (Eds.), *Las Burocracias a Nivel de Calle. Una Antología* (pp. 9–25). México: CIDE.
- Flórez, M. (2007). Can we protect traditional knowledge? En B. de S. Santos (Ed.), *Another knowledge is possible. Beyond the northern epistemologies* (pp. 249–271). New York: Verso.
- Gupta, A. (2006). Blurred boundaries: the discourses of corruption, the culture of politics and the imagined state. En A. Sharma & A. Gupta (Eds.), *The Anthropology of the*

- State: A Reader* (pp. 211–242). Malden: Blackwell.
- Hale, C. R. (2002). Does multiculturalism menace? Governance, cultural rights and the politics of identity in Guatemala. *Journal of Latin American Studies*, 34(3), 485–524.
<https://doi.org/10.1017/S0022216X02006521>
- Hale, C. R. (2004). Rethinking Indigenous Politics in the Era of the “Indio Permitido”. *NACLA Report on the Americas*, 38(2), 16–21.
<https://doi.org/10.1080/10714839.2004.11724509>
- Ibarra Rojas, L. (2013). Políticas culturales: en el museo del mercado. En L. Ibarra Rojas & M. O. Rojas Castro (Eds.), *La privatización de lo público: el manejo y la ampliación de los recursos del Estado* (pp. 17–39). México: UMSNH, Red de Sociología Jurídica en América Latina y el Caribe, Colectivo Emancipaciones.
- Ibarra Rojas, L. (2016). Políticas Culturales y Derechos Culturales a través de los Diablos de Ocumicho. *Direito, Estado e Sociedade*, (48), 196–223.
<https://doi.org/10.17808/des.48.649>
- Ibarra Rojas, L. (2019). ¿Qué significa proteger el sector artesanal? El debate pendiente sobre propiedad intelectual en México. Recuperado el 18 de septiembre de 2019, de <http://derechoenaccion.cide.edu/que-significa-proteger-el-sector-artesanal-el-debate-pendiente-sobre-propiedad-intelectual-en-mexico/>
- Klein, N. (2007). *No Logo. El Poder de las Marcas*. Barcelona: Paidós.
- Linck, T., & Barragán, E. (2010). Un queso pastoril en la nueva tormenta agraria. Las indicaciones geográficas entre saqueo, intensificación ecológica y empoderamiento de las sociedades rurales. En P. Sánchez & A. Riella (Eds.), *Globalización y perspectivas de integración regional* (pp. 249–267). Murcia: Universidad de Murcia.
- Lipsky, M. (1983). *Street-Level Bureaucracy: Dilemmas of the Individual in Public Service*. New York: Russell Sage Foundation.
- Madsen, M. R. (2006). Transnational fields: Elements of a reflexive sociology of the internationalisation of law. *Retfærd*, 3(114), 23–41.
- OMPI. (2015). *Propiedad intelectual y recursos genéticos, conocimientos tradicionales y expresiones culturales tradicionales*. Ginebra: OMPI. Recuperado de http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/tk/933/wipo_pub_933.pdf
- Sharma, A., & Gupta, A. (2006). Introduction: Rethinking Theories of the State in an Age

of Globalization. En A. Sharma & A. Gupta (Eds.), *The Anthropology of the State: A Reader* (pp. 1–41). Malden: Blackwell. Recuperado de <http://www.loc.gov/catdir/toc/ecip0512/2005013799.html>