

LOS PRODUCTOS TÍPICOS Y SU REGLAMENTACIÓN. Una tentativa de aplicación de la denominación de origen al cacao venezolano

Rafael Cartay
Centro de Investigaciones Agroalimentarias, Universidad de Los Andes, Venezuela.

LOS PRODUCTOS TÍPICOS, TRADICIONALES O DE LA TIERRA
Producto típico, tradicional o de la tierra es una denominación que abarca, grosso modo, a todos aquellos productos identificados por su origen geográfico, por su proceso de producción y por sus cualidades intrínsecas. Se trata, generalmente, de productos agroalimentarios, en su mayoría de origen vegetal o animal sin transformar, aunque algunos, en muy pocos casos, provengan del reino mineral, como es el caso de algunas aguas minerales potables de extraordinaria calidad. O de productos agroalimentarios obtenidos empleando algún proceso especial de elaboración. En el primer caso, el del producto agroalimentario sin transformar, su condición de típico o de tradicional le viene dado por las características naturales edafoclimáticas del lugar donde es producido (y que en Francia se conoce como el "terroir") o por las características intrínsecas. En el segundo caso, el de la manera particular de cultivo o de crianza, su condición de típico le es otorgada por el método particular de producción, arraigado en la tradición y culturalmente aceptado en la comunidad de que se trate. En resumen, y siguiendo a Caldenty Albert y Gómez Muñoz (1996: 61), un producto es típico cuando se halla ligado especialmente a un territorio y culturalmente a unas costumbres o modos, con un mínimo de permanencia en el tiempo o antigüedad, y debiendo poseer una características cualitativas particulares que le diferencian de otros productos.

La condición del origen geográfico de cultivo o crianza del producto es fundamental. Todos los productos agroalimentarios tienen un origen, pero en el caso de los productos típicos ese origen es especial y debe estar plenamente identificado. De lo que se trata es de saber cuándo, por qué y cómo se hace evidente y se valoriza para dar un sentido a ese anclaje en la tradición y transformar su naturaleza.

LOS CRITERIOS DE LO TÍPICO

Definir la condición de típico de un producto resulta algo complicado, por la ambigüedad encerrada en el concepto. De un lado, designa lo que concierne a las costumbres populares de una región o ciudad. Del otro, a un emblema o figura que inclu-

ye en sí la representación de otra cosa, de tal manera que la noción de típico es equivalente a la de símbolo¹.

No obstante, a pesar de los problemas de ambigüedad, lo típico se ha definido comúnmente tomando en cuenta dos elementos: la especificidad y la tradición.

La especificidad se refiere al elemento o conjunto de elementos que hace que un producto agrícola o agroalimentario se distinga claramente de otros productos agrícolas o agroalimentarios similares pertenecientes a la misma categoría (Bérard, Marchenay, 1996). De esta manera se destacan algunos elementos diferenciadores como un determinado lugar geográfico de cultivo o crianza (una cierta zona montañosa o costera, o ciertos pastos o hierbas consumidas, cierta confluencia de elementos edafoclimáticos) o unas determinadas características intrínsecas del producto (una variedad vegetal o animal específica, un cierto sabor o aroma, etc.), haciendo corresponder al producto específico con un lugar específico (Bérard, et al., 1996: 18-19).

La tradición, por su parte, hace referencia "a una cierta profundidad histórica e implica una plusvalía cualitativa ligada a la continuidad o la duración, a la permanencia" (Bérard, et al., 1996: 19). En realidad, "la tradición parece ser un saco en el que cabe cualquier cosa, pero parece también un saco roto que no retiene ninguna" (Bérard, et al., 1996: 19, nota 9).

Caldenty Albert y Gómez Muñoz (1996: 59) plantean la necesidad de clarificar el concepto de lo típico o de la "tipicidad", destacando tres conceptos básicos: la calidad, la diferenciación y el territorio.

La calidad es el conjunto de propiedades de un producto que permite identificarlo y distinguirlo de otros productos, sin que tenga que haber necesariamente una connotación valorativa de excelencia. En mercadotecnia, como apunta Stanton y Futrell

¹ Para Alonso (1968: 3779 y 3961), típico es lo "que incluye en sí la representación de otra cosa, siendo emblema o figura de ella"; símbolo es una "imagen, figura con que materialmente se representa un concepto", y simbolizar es "servir una cosa como símbolo de otra, representarla y explicarla por alguna relación o semejanza que entre ellas hay".

(1989), citados por Caldentey Albert y Gómez Muñoz (1996: 59), el elemento determinante de la calidad es la funcionalidad o aptitud de un producto, es decir, la adecuación al uso que tenga un producto.

La diferenciación es la característica que permite que un producto se adapte, desde el punto de vista del consumidor, a los diferentes segmentos de un mercado, para ofrecerles el máximo grado de satisfacción, y desde el punto de vista del productor, que le produzca los mayores precios, acercándose a una situación de competencia monopolística (Caldentey Albert, Gómez Muñoz, 1996: 60).

El concepto de territorio (“terroir” o “terruño”) se relaciona con el origen del producto de una triple dimensión: geográfica, porque el territorio condiciona el producto por sus cualidades edafoclimáticas; cultural, porque en el territorio se vincula la producción y el consumo a ciertas costumbres o representaciones colectivas; e histórica, porque en el territorio toma cuerpo el anclaje o asentamiento en el tiempo a unas ciertas prácticas, métodos, técnicas y conocimientos sobre el producto (Caldentey Albert, Gómez Muñoz, 1996: 60).

LAS IMPLICACIONES SOCIOCULTURALES DE LO TÍPICO

Los productos típicos o tradicionales han sido considerados, desde el punto de vista socioeconómico, como una excelente estrategia para mantener la población ocupada en las labores de la agricultura y la cría en las zonas marginales, para aumentar los niveles de ingresos de tales agricultores y criadores, y para crear empleo, directo e indirecto, en las pequeñas comunidades rurales desasistidas, ligándola a otras actividades como el turismo o la protección de cuencas, y dándole valor a lo que hasta ahora era considerado un bien intangible, como son los valores culturales. Porque, como dice un folleto publicado en Toulouse sobre las denominaciones de origen, citado por Bérard y Marchenay (1996: 35), “Valorizar los productos de nuestra tierra, es valorar también nuestros conocimientos técnicos y las riquezas portadoras de nuestras tradiciones y nuestra cultura”.

Lo típico tiene, pues, una alta carga simbólica, que conforma un cierto imaginario colectivo. De arraigo a la tierra, a la naturaleza, a los valores culturales asociados a la tierra, a la “vida verde”, a la ruralidad. De arraigo al terruño, a la tierra natal. De arraigo al concepto de prestigio, asociado a los conocimientos del origen geográfico, a la gente, a la tradición, al saber gastronómico y a la calidad intrínseca del producto (Espeitx Bernat, 1996: 101). Aparte de que asoma una respuesta a la creciente globalización que vivimos, a esa mundialización económica y cultural que se impone, reproducida por los medios de comunicación, y que ha convertido a las grandes marcas (Coca Cola, por ejemplo) y a ciertos hábitos de consumo (como la hamburguesa) en referentes de pertenencia global (Espeitx Bernat, 1996: 94-95).

Desgraciadamente, lo típico, en la búsqueda de la demostración de su autenticidad, ha utilizado un sustrato ideológico que bordea con frecuencia la falsificación y el fraude, al procederse a la reconstrucción de la autenticidad con la acumulación de lugares comunes, relatos, mitos o leyendas sin nin-

gún asidero histórico, haciendo beneficiar de la imagen de marca de una región o del valor de un producto específico a otros que no guardan ninguna semejanza ni con el origen geográfico ni con las características intrínsecas del verdadero producto (Bérard, Marchenay, 1996: 45-47).

EL ESFUERZO DE LA UNIÓN EUROPEA

Los productos típicos o tradicionales son importantes en sí mismos y por las implicaciones que tienen como exponentes de una diversidad biocultural, lo que los convierte en un “patrimonio común irremplazable”.

Teniendo en cuenta el hecho de que son muy numerosos en Europa, la Unión Europea les ha otorgado una creciente importancia en el marco de la reestructuración de su Política Agraria Comunitaria. Así se han creado organismos especializados en la identificación y la protección de estos productos en los diferentes países, estableciendo reglamentaciones relacionadas y realizando inventarios especializados. Por otra parte, los consumidores urbanos europeos están cada vez más conscientes de la importancia de estos productos, solicitándoles de más en más y estando dispuestos a pagar montos de dinero cada vez mayores para su obtención.

En Europa se han catalogado como típicos, tradicionales o de la tierra, unos 4.000 productos, que representan una cuota del 11,6% del volumen del mercado alimentario total en Italia, el 10,6% en Francia, el 8,1% en Grecia, el 6,1% tanto en España como en Bélgica, el 5,2% en Portugal, el 3,1% en Holanda, estando tales proporciones, sin embargo, por debajo de su importancia en valor (Bérard, et al., 1996: 15; Caldentey Albert, Gómez Muñoz, 1996: 62).

LOS INVENTARIOS EUROPEOS Y LOS CRITERIOS APLICADOS

El reconocimiento de la importancia de los productos típicos ha estimulado, en el marco de la Unión Europea, la elaboración de trabajos de investigación desde diversas ópticas, especialmente relacionados con las ciencias sociales, y con métodos propios de la antropología y la etnobotánica, con el propósito de estudiar las relaciones de tales productos con su entorno geográfico, socioeconómico y cultural. De esta manera, se han elaborado varios atlas e inventarios detallados de diversos productos: vinos, quesos, mantequilla, embutidos, jamones, aceite de oliva, etc.² Con las encuestas etnográficas, se describe en detalle los sabores, las características, los conocimientos, las prácticas técnicas y las representaciones que intervienen en la producción, transformación, conservación, consumo y difusión de los productos típicos.

² En España, por ejemplo, se han publicado, en este sentido, el “inventario español de productos tradicionales” (MAPA, 1966), para identificar y proteger todo producto con la Denominación de Origen Protegido (DOP), la Indicación Geográfica Protegida (IGP) y la Especialidad Tradicional Garantizada (ETG), dentro del proyecto comunitario europeo “Euroterroirs”; la Colección Alimentos de España (El País/Aguilar, 1992), compuesta por doce libros que recogen los aspectos más relevantes de los productos españoles tradicionales, y la publicación “Alimentos de España” (MERCASA, MAPA, 1995), que destaca la identidad agroalimentaria y la cultura culinaria de unos quinientos productos tradicionales españoles.

En estos inventarios, que evalúan la diversidad y las cuestiones específicas relacionadas con la caracterización de la tipicidad y la calidad de las producciones, se han privilegiado tres puntos de vista: el **histórico**, para situar estos productos en el tiempo: desde cuándo son conocidos, la amplitud de sus variaciones y su área de difusión; el **sensorial**, para evaluar sus propiedades organolépticas, valiéndose de descriptores, en cuanto a su aspecto, textura, olor y gusto, y determinar su condición hedonística, es decir, estimar el grado de satisfacción que producen, su aceptabilidad global y las razones de su aceptación; y, por último, el **socioeconómico**, para conocer la estructura y la organización de las empresas productoras y procesadoras, el nivel de ingresos y costos, la organización y el funcionamiento de los canales de comercialización, los mercados específicos para cada producto y las aspiraciones y expectativas de los consumidores en lo que se refiere al nivel de calidad, de imagen y precio del producto (Bérard, et. al., 1996: 21-25).

LAS COMUNIDADES DE PRODUCTOS TÍPICOS

Los productos típicos o tradicionales nacen en el seno de comunidades tradicionales, en pequeños poblados con un bajo o incipiente desarrollo industrial. De allí que sea importante su caracterización, para determinar las vinculaciones existentes entre el producto típico o tradicional y el territorio donde se produce.

En España, a partir de la década de 1970, se desarrolló con este propósito el concepto de "industrialización endógena o espontánea", para designar "la industrialización de un centro pequeño de población basada principalmente en pequeñas y medianas empresas, en contraposición a la industrialización centralizada que tiene lugar generalmente en grandes aglomeraciones urbanas y se basa en grandes empresas..." (Caldentey Albert, Gómez Muñoz, 1996: 64).

Un concepto parecido es el de los "distritos industriales" o de los "distritos agroindustriales", desarrollado en Italia en la década de 1980, donde también se los llama "Terza Italia", como alternativas a la producción masiva de las grandes empresas. En este caso, para que exista un distrito industrial deben darse algunas condiciones: divisibilidad del proceso de producción en fases que sirvan de bases para la especialización de las empresas; tradición de pequeños empresarios que estén habituados a tomar decisiones; aceptación del progreso técnico, capacitación de la población y aprendizaje colectivo; flexibilidad del trabajo admitiendo el trabajo a tiempo parcial, la solidaridad entre los miembros de la comunidad, así como la existencia de otras instituciones adecuadas. De esta manera, es posible hablar de localidades o zonas geográficas especializadas en la producción de un producto agroalimentario, tal como sucede en el distrito del Parmigiano-Reggiano y con la producción de productos derivados del cerdo en la región toscana (Caldentey Albert, Gómez Muñoz, 1996: 65).

LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN: DEFINICIÓN Y CATEGORÍAS

La noción de Denominación de Origen (Appellation d'Origine) es reconocida desde hace mucho tiempo en Europa, particularmente en Francia, donde nace a finales del siglo XIX, aplicándo-

la inicialmente al caso de los vinos. Este concepto constituye la denominación de un país, de una región o de una localidad empleada para denominar un producto de la cual es originario, y cuyas características están estrechamente vinculadas al medio geográfico, a sus factores naturales y sus factores humanos. Esta noción testimonia que el producto presenta ciertas calidades sustanciales que resultan de una relación entre el terroir (terruño), es decir las condiciones naturales, y los usos de producción. Ella constituye para los productos que la merecen un título inalienable y una prerrogativa de los productores (Johnson, 1977).

Aplicada a los vinos en Francia, se distinguen tres categorías: a) los vinos de Appellation d'origine contrôlée (AOC), que es una etiqueta de calidad reservada a los más grandes vinos, sometida a estrictos controles que comprenden no sólo el lugar de producción, sino también la cepa, el rendimiento por hectárea y los métodos de cultivos y de vinificación; b) los vinos "délimités de qualité supérieure" (VDQS), que garantiza no solamente un origen geográfico preciso, sino también una calidad de producción constante, conforme a los usos locales, y c) los vinos "de pays", que es una categoría creada en 1973 para distinguir a los buenos vinos de mesa regionales (Larousse Gastronomique, 1984).

La noción de Denominación de Origen Controlado (Appellation d'origine contrôlée) es aplicada en Francia no sólo al vino, aunque nació muy vinculado a éste, sino también a otros productos de calidad, y protege a un producto de las imitaciones. Pero, en la práctica resultó muy imprecisa, cuando fue reglamentada en 1919. Más tarde, en 1966, fue objeto de algunas modificaciones que la hicieron más explícita.

La AOC está regulada y controlada en Francia por el Institut National des Appellations d'Origine des Vins et eaux-de-vie (INAO), creado en 1935, que reúne en su seno a profesionales del vino y a representantes de las administraciones interesadas. El INAO es un organismo privado investido de poderes legales, que controla la producción de vino en todas las etapas y codifica las denominaciones determinando con precisión el origen. Ahora controla otras denominaciones de origen, como sucede con quesos y otros productos de la tierra como las lentejas de Puy, las gallinas de Bresse, la nuez de Grenoble, la mantequilla de Poitou-Charentes, etc. Pero como la AOC nació para regular el vino de calidad, su empleo a otros productos ha implicado una serie de problemas, tales como la prueba del "efecto de la tierra", su vínculo con el lugar de origen en el caso de productos como la charcutería y los quesos.

En Europa, se aplica una normativa de protección de productos adoptada en julio de 1992, que comprende la Denominación de Origen Protegida (DOP), la Indicación Geográfica Protegida (IGP) y la Certificación de las Características Específicas. La DOP europea se asimila a la AOC francesa, y es regulada conforme a las mismas normas. La IGP europea no tiene equivalente francesa. Ambas denominaciones, la DOP y la IGP, garantizan la protección de la relación de un producto con un lugar, pero tienen algunas diferencias (Bérard, Marchenay, 1996 : 37). Mientras la DOP designa a un producto cuya calidad o características se deben fundamental o exclusivamente al

medio geográfico, con sus factores naturales y humanos, la IGP designa un producto que posea una cualidad determinada, una cierta reputación y otra característica atribuible a un cierto origen geográfico. La noción de Certificación de las Características Específicas o Certificación de Especificidad (CE) es bastante distinta de las anteriores, pues no protege la relación de un producto con un lugar sino con la tradición, o, más concretamente, con el carácter tradicional de un producto con un lugar sino con la tradición, o, más concretamente, con el carácter tradicional de un producto (Bertran Xandri, 1996: 281-283). Así, la CE es definida como “el elemento o conjunto de elementos por los que un producto agrícola o alimenticio se distingue claramente de otros productos agrícolas o alimenticios similares pertenecientes a la misma categoría”. Y estos productos deberán “o bien haber sido producidos a partir de materias primas tradicionales, o bien presentar una composición tradicional o un modo de producción y/o de transformación que pertenezca al tipo de producción y/o transformación tradicional” (Bérard, Marchenay, et al., 1996: 37).

Todas estas denominaciones deberán, en cualquier caso, no ser el resultado de una decisión oficial pura y simple, sino ser establecidas por institutos especializados, como el INAO francés, y someterse a su control. En Europa existen varios organismos facultados para cumplir ese cometido, similares al INAO: El Instituto Nacional de Denominación de Origen en España, los Consortium Tutella en Italia, el Instituto de Qualidade Alimentaria en Portugal, etc.

En todas las denominaciones se concede singular importancia a las cualidades de orden edafoclimáticas (suelo, clima, exposición solar), a las técnicas de los productores y a la determinación precisa de la zona geográfica delimitada donde se produce y/o transforma el producto. De esta manera, se reconoce oficialmente el origen de los productos, la fidelidad de sus características y los métodos de elaboración³.

¿ES POSIBLE APLICAR LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN AL CACAO VENEZOLANO?

Hemos revisado anteriormente los diferentes criterios aplicables para la definición de la “tipicidad” de un producto, así como los mecanismos puestos en vigor para identificarlo y protegerlo. Ahora discutiremos la posibilidad de aplicar esos criterios y mecanismos al cacao venezolano.

En rigor, el asunto se reduce a contestar dos preguntas esenciales:

- ¿Tiene condiciones el cacao venezolano, o algunos de sus tipos o cultivares, para ser catalogado como un producto típico?
- En caso de que la primera respuesta sea afirmativa, ¿cómo protegerlo? ¿bajo cuál denominación?

³ En España existen actualmente 176 denominaciones de origen, de calidad o específicas. (MERCASA/MAPA, 1995). De ellas, 23 corresponde a Denominación de Origen, 52 a Denominación de Calidad, y el resto, 101, a Certificación de Especialidad (Bertran Xandri, 1996: 277).

Si en Venezuela existiera una normativa sobre el particular, las respuestas serían relativamente sencillas, pues bastaría con demostrar, por un lado, la idoneidad del cacao venezolano, o de uno de sus tipos, como producto típico, y, por el otro, adscribirlo a la modalidad de protección más conveniente. Pero la cosa se complica, porque carecemos de tal normativa y de experiencia en ese campo. Por lo que, para avanzar en este terreno, debemos, primero, proponer una cierta estructura de protección, basándonos en la experiencia que tienen otros países al respecto, como es el caso de la nación española o de alguna comunidad autónoma española como Cataluña⁴.

La primera protección geográfica legal española tuvo su origen en 1933, y se aplicó exclusivamente a los vinos. Se trataba del Estatuto del vino. En el Convenio de Lisboa de 1958, en su artículo segundo, fue aprobada la reglamentación de mayor aceptación universal⁵ que luego fue recogida por la mayoría de las legislaciones de los países miembros de la CEE.

El Estatuto de la Viña, el Vino y los Alcoholes de España define, por ley 25/70, la Denominación de Origen como “el nombre geográfico de la región, comarca, lugar o localidad empleado para designar un producto que tenga cualidades y caracteres diferenciales, debido principalmente al medio natural, a su elaboración y crianza”. En esta disposición aparecen, además, dos precisiones. Una referida a la definición de región, comarca o localidad “el empleado para designar la procedencia de un producto cuando alcanza con carácter permanente una amplia difusión y conocimiento de el mercado nacional o, al menos, un notable prestigio a escala regional, o bien haya desarrollado mercados en el exterior”. La otra se refiere al empleo de Denominaciones de Calidad, reguladas en 1985, aplicables a un producto con cualidades diferenciales entre los de su misma especie, debido a la materia prima de base, al medio natural o a los métodos de elaboración.

En 1988 fueron decretadas las normas para aplicar la Denominación de Origen a los productos agroalimentarios distintos al vino, como son el aceite de oliva, el queso, el jamón curado, las lentejas, el arroz, las carnes frescas y los embutidos curados, la miel, etc.

Para acceder a una denominación, tanto de origen como de calidad, el interesado debe presentar una proposición ante el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de España (MAPA), que evalúa el cumplimiento de los requisitos y designa un consejo regulador, formado por productores, transformadores y comercializadores, que redacta el Reglamento de la Denominación de Origen o Específica. Allí se recogen los aspectos básicos que definen el producto, se establecen las condiciones de permanencia en la misma, los derechos y obligaciones de los

⁴ En esta sección utilizaremos ampliamente los ensayos de Carmen Bertran Xandri (1996), de A. Juste (1995) y B. Nieto (1995).

⁵ “Se entiende por denominación de origen, la denominación geográfica de un país, de una región o de una localidad que sirve para designar un producto originario del lugar de cuestión, la calidad o las características del cual se deben exclusivamente o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos”.

representantes y la delimitación de la zona de producción y transformación, el control a que deben someterse los productores y transformadores y todos los requisitos necesarios para garantizar la naturaleza y calidad de los productos. El producto beneficiado por la Denominación, tanto de Origen como de calidad, es destacado por un distintivo o logotipo de diseño especial. En su etiqueta figura el nombre de la Denominación de que se trate.

Aparte de la normativa general sobre protección a los productos típicos existente en España, hay normativas particulares para las comunidades autónomas. Ese es el caso de Cataluña, que cuenta con cuatro tipos de denominación: a) La "Denominación de Origen", equivalente a la que rige para la nación; b) la "Denominación de Qualitat", establecida en 1983, para proteger el origen y la calidad de los productos agroalimentarios que por su método de producción o elaboración o por mostrar algunas características diferenciales no se pueden acoger al régimen anterior. Esta denominación posee un reglamento específico (en el cual se define el producto, su zona de producción y las condiciones de elaboración y características) y es regida por un consenso; c) la "Marca de Qualitat", creada en 1986, otorgada a aquellos productores que, sin proceder de una zona geográfica concreta, gozan de unas características diferenciales respecto a otros similares y se someten a un control periódico, externo y especializado. El distintivo, lacre rojo con una "Q" dorada en el centro, es una marca registrada, propiedad de la Generalitat de Cataluña y su utilización concierne a las empresas beneficiadas. Esta marca también puede ser otorgada a las denominaciones de origen y de calidad que cumplan las condiciones establecidas; d) la "Denominació Comarcal de Productes Alimentaris", para aquellos productos típicos locales, con escasa producción y un mercado que no supera los límites de la comarca a la cual pertenecen. Se otorga no al producto sino a la comarca, para fomentar la elaboración de los productos y facilitarles sus canales comerciales.

En el marco de la Unión Europea, la protección legal de los productos típicos se realiza, como hemos mencionado, a través de tres categorías: a) la Denominación de Origen Protegida (DOP); b) la Indicación Geográfica Protegida (IGP), y c) la Certificación de Especificidad (CE). Las dos primeras privilegian el origen geográfico del producto, y la tercera el carácter del producto, es decir, la relación del producto en el tiempo.

ESBOZO DE UN PLAN DE ACCIÓN PARA VENEZUELA

En Venezuela, el Ministerio de Agricultura y Cría (MAC) es la dependencia administrativa de más alto nivel relacionada con el desarrollo del sector agrícola. Existe, además, en el caso del cacao, el Fondo Nacional del Cacao (FONCACAO), adscrito al MAC. La reglamentación de las denominaciones de origen y de calidad le competaría al MAC, rector de la política agropecuaria, valiéndose de la ya larga experiencia existente en este campo en la Unión Europea. El MAC debería nombrar un consejo de regulación para establecer el reglamento respectivo para cada uno de los productos que hayan solicitado las respectivas denominaciones de origen o de calidad o las certificaciones específicas que haya lugar. El consejo de regulación para cada producto

estaría formado por representantes de los productores, transformadores y comercializadores, así como por representantes del MAC, y de la entidad pública especializada, que sería, en el caso del cacao, FONCACAO. El consejo de regulación debería encomendar en cada caso la realización de estudios especializados (histórico, sensorial y socioeconómico) a organismos competentes, en este caso las universidades, IVIC, y a otros organismos públicos (como FONAIAP) y privados (IESA y firmas consultoras especializadas). La certificación de calidad y de origen geográfico del producto pudiera estar a cargo en una fase inicial, por los Laboratorios Arbitrales Regiones de Certificación (LARC), que están siendo promovidos por FONCACAO, con las gobernaciones de Estado, FONAIAP, y las Universidades Nacionales (FONCACAO, 1997). Una vez conocido el informe técnico del LARC y los estudios especializados elaborados por los entes públicos y privados, y verificado el estricto cumplimiento de las condiciones para optar a las denominaciones propuestas, el consejo de regulación concederá o rechazará las solicitudes de protección presentadas ante el MAC, indicando expresamente la denominación a que haya lugar.

EL CACAO VENEZOLANO, ¿ES UN PRODUCTO TÍPICO?

En el mercado mundial se distinguen, de manera general, dos grandes categorías de granos o almendras de cacao: los granos de cacao ordinario ("basic beans" en Estados Unidos o "bulk beans" en Europa), utilizados en la fabricación de manteca de cacao y de productos con gran cantidad de chocolate, y los granos de cacao fino o de aroma ("flavor beans" en Estados Unidos), que dan características específicas de aroma o color en chocolates finos y revestimientos o capas de cobertura (Centro de Comercio Internacional UBCTAD/GATT, 1991: 7).

Desde el punto de vista botánico, la planta del cacao (*Theobroma cacao* L.) se clasifica en tres o cuatro grandes grupos: forastero, criollo, trinitario y, según algunos especialistas, Nacional⁶. Los granos de Forastero constituyen la mayor parte del cacao ordinario, mientras que las otras tres categorías son consideradas como cacao fino, de aroma o aromáticas, que cons-

⁶ De acuerdo con el Centro de Comercio Internacional UNCTAD/GATT (1991: 8-9):

- el cacao forastero, originario de las partes altas de la cuenca amazónica, produce granos de pequeños a medianos (90 a 110 granos por 100 gramos) de cotiledón oscuro. Variedades del cacao forastero, responsable del mayor volumen producido y exportado mundialmente de granos de cacao, son el amelonado, el Amazonas, e híbridos, así como el subgrupo calabacillo o para.
- el cacao criollo, cultivado originalmente en las selvas húmedas de México, América Central y el norte de América del Sur, produce granos de medianos o grandes (90 a 80 granos por 100 gramos), con un cotiledón de color entre marfil pardusco castaño muy claro y un olor de cacao dulce. Entre ellos, tenemos el Porcelana, el Mérida, el Guasare, el Chuao original, etc.
- el cacao trinitario, resultante del cruce entre forastero y criollo, produce granos de medianos a grandes (90 a 65 granos por 100 gramos), con un cotiledón castaño de intensidad media.
- el cacao nacional, que crece tradicionalmente en la franja de bosque tropical andino, produce granos de medianos a grandes (90 a 85 granos por 100 gramos), con un cotiledón castaño claro y un aroma singular, penetrante, conocido como el aroma "arriba".

tituyen entre el 2 y el 5% del volumen total de las exportaciones mundiales de granos de cacao.

La producción cacaotera venezolana está repartida principalmente en tres zonas :

a) La zona nororiental, con un 46% del estimado de la cosecha nacional 1997-98. Sus plantaciones están constituidas principalmente por cacaos trinitarios y otras mezclas, pero hay un propósito muy marcado de "criollizar" el cacao regional. El tipo más estimado es el Río Caribe Superior, trinitario con sangre de criollo, no fermentado o poco, aunque algunos productores lo fermentan para enviarlo al mercado europeo y asiático.

b) La zona norcentral, con un 32% de la cosecha nacional 1997-98. En el área de Barlovento, la de mayor producción, se produce básicamente cacao trinitario, entre los cuales el de mayor reputación es el Carenero Superior. En el área de Ocumare, Choroni y Chuao se producen cacaos criollos e híbridos, siendo el más reputado el cacao Chuao.

c) La zona suroccidental, con un 22% de la cosecha nacional 1997-98. En el área del Sur del Lago y Mérida se producen cacaos criollos e híbridos, siendo los más reputados el Porcelana, el Criollo de Mérida y el Guasare.

Venezuela fue, hasta hace pocos años, considerado como un país productor exclusivamente de cacaos criollos, finos ó de aroma, aunque recientemente fue reducido a la condición de productor parcial, por la creciente introducción de cacaos tipo trinitario y, en algunas áreas, de cacaos tipos forastero y forastero scavina.

De acuerdo con la clasificación venezolana, que debe ser ajustada a la clasificación mundial, en el país se producen tres categorías de cacao :

- el extrafino, criollo auténtico y bien fermentado, responsable de un 1% de la producción nacional ;
- el fino de primera, F1, trinitario o forastero bien fermentado, responsable de un 55 a 60% de la producción nacional,
- el fino de segunda, F2, criollo, forastero o trinitario no fermentados, responsables de un 40 a 45% de la producción nacional.

El cacao extrafino se exporta a Francia, con destino a la chocolatería de lujo, el F1 se exporta a las chocolaterías de Japón y Europa, y el F2 se destina a la industria nacional.

Por otra parte, el cacao de Barlovento es fermentado en un 80%, el oriental en un 5%, el Sur del Lago en un 40 a un 50%, mientras que el cacao de Barinas no es fermentado. Maes y Rousseau (1996 : 270) advierten que el cacao corriente o F2 venezolano es secado al sol después de su recolección. Si no es recubierto, se rehumedecería en caso de lluvia. Eso entraña una fermentación no deliberada que permite en la práctica una producción de cacao fermentado F1.

Al aplicarle al cacao venezolano los criterios de tipicidad, encontramos lo siguiente :

a) desde el punto histórico, se puede afirmar la permanencia del país como proveedor de cacao fino para Europa desde la década de 1630, y continuará haciéndolo, de menos en menos, hasta bien avanzado el siglo XX. Las variedades de cacao criollo

poblaron las plantaciones españolas de la época colonial, existentes principalmente en Miranda, Aragua, Carabobo y Sucre. En 1825 en el país es introducido desde Trinidad el cacao tipo trinitario⁷, y mucho tiempo después se introdujeron otras variedades mejoradas de forastero en un afán de los técnicos venezolanos por aumentar la productividad de la planta y lograr una mayor resistencia a plagas y enfermedades. A raíz de ello, en las regiones nororiental y norcentral se estableció un mosaico de tipos diversos de cacao, que redujeron el cacao criollo puro a su mínima expresión. Menor impacto produjeron esas introducciones en la región suroccidental, donde prevalecen los cacaos criollos Porcelana, Mérida Guasare.

A pesar de esas introducciones, tempranas y tardías, el cacao criollo de alta calidad aún permanece en el país, ofreciendo un grano de óptima calidad, fundamentado sobre una tradición.

b) Desde el punto de vista sensorial, se puede afirmar que los criollos Porcelana, Mérida y Guasare fermentados son de óptima calidad, al igual que el Ocumare, el Carenero Superior, el Chuao, el Río Caribe, etc. Esa elevada calidad la producen sus características organolépticas: sabor, acidez, astringencia, dulzura, olor, fragancia, persistencia en la boca y sabores singulares (nuez y floral), y de las cuales dan fe los distintos análisis sensoriales practicados a muestras de cacao venezolano.

c) Desde el punto de vista socioeconómico, se puede afirmar, de una manera general, que la actividad cacaotera nacional esta muy arraigada a una tradición, en cuanto a técnicas, métodos y conocimientos, que se remonta comercialmente al siglo XVII. La producción de cacao está a cargo mayormente de productores campesinos que laboran en pequeñas parcelas, situadas en pequeñas comunidades deprimidas económicamente, y en las cuales los ingresos derivados de la actividad han sido, hasta ahora, muy importantes.

La almendra de cacao es un producto que puede ser plenamente identificado y diferenciable por tipos y regiones de producción, siempre dentro de la categoría de cacaos aromáticos, finos o de aroma.

Este producto tiene una diferenciación evidente: se adapta, por su naturaleza de cacao fino o de aroma, a un determinado segmento de mercado internacional donde los consumidores son muy exigentes: el de la chocolatería de lujo, y participa en una pequeña proporción, generalmente no superior al 5%, en las mezclas más tradicionales de chocolate. Satisface, pues, al hedonismo de un segmento de consumidores, y, a la vez, sostiene una estructura socioeconómica caracterizada por el pequeño y desasistido productor de los países en desarrollo.

En cuanto al territorio, el cacao, en sus diferentes tipos y variedades, puede circunscribirse a determinadas zonas geográficas, claramente delimitables por los estudios históricos, donde

⁷ El cacao criollo venezolano fue introducido en la isla de Trinidad por los españoles en el siglo XVII. En 1727 una prolongada sequía, seguida de un ciclón, destruyó gran parte de las plantaciones. Luego, a la isla se introdujo cacao forastero del Orinoco, que con los criollos sobrevivientes del ciclón produjo una nueva variedad: el trinitario, más resistente que el criollo y menos rústico que el forastero.

los factores naturales y humanos tienen una responsabilidad determinante, hasta el punto que algunos especialistas han llegado a hablar de nichos ecológicos para ciertos tipos de cacao criollos, como sucede en el caso del Porcelana, de Mérida o de Guasare. En síntesis, en cuanto al territorio, puede comprobarse el condicionamiento del producto por las cualidades edafoclimáticas existentes en las diferentes regiones, su vinculación con la producción y el consumo desde larga data y el anclaje de prácticas, métodos, técnicas y conocimientos con la tradición.

Los estudios especializados, que deberán realizarse, harán más evidente estos criterios utilizados para definir la tipicidad del cacao criollo en las diferentes regiones de producción.

De una manera general, y habría que proceder, repetimos, a un examen exhaustivo de los criterios aplicados, el cacao criollo de algunas regiones venezolanas puede recibir la connotación de típico o tradicional, y estar amparado por la Denominación de Origen Protegido (DOP), al igual que otros productos agroalimentarios lo han merecido en el marco de la Unión Europea.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

- ALONSO, Martín. (1968). Enciclopedia del Idioma. Madrid: Aguilar de Ediciones, Ira. Reimpresión
- BÉRARD, Laurence, et al. (1996). "Presentación", Agricultura y Sociedad, Madrid, No. 80-81, Julio-Diciembre, pp. 13-27.
- BÉRARD, Laurence; MARCHENAY, Phillippe. (1996). "La construcción social de los productos de la tierra", Agricultura y Sociedad, Madrid, No. 80-81, Julio-Diciembre, pp. 31-56.
- BERTRAN XANDRI, Carmen. (1996). "Las producciones locales: entre la protección y la normalización (el caso del tupi)", Agricultura y Sociedad, Madrid, Nos. 80-81, Julio-Diciembre, pp. 257-288.
- CALDENTY ALBERT, Pedro ; GÓMEZ MUÑOZ, Ana Cristina. (1996). "Productos típicos, territorio y competitividad", Agricultura y Sociedad, Madrid, Nos. 80-81, Julio-Diciembre, pp. 57-82.
- CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL. UNCTAD/GATT. (1991). Cacao fino o de aroma: estudio de la producción y el comercio mundiales. Ginebra: UNCTAD/GATT.
- COURTINE, Robert (Coord.). (1984). Larousse Gastronomique. Paris: Librairie Larousse.
- ESPEITX BERNAT, Elena. (1996). "Los nuevos consumidores o las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los productos de la tierra", Agricultura y Sociedad, Madrid, Nos. 80-81, Julio-Diciembre, pp. 83-116.
- FONCACAO. (1997). Proyecto de Creación de Laboratorios Arbitrales Regionales para Certificación de Calidad y Origen del Cacao Venezolano. Caracas: FONCACAO (Mimeo).
- JOHNSON, Hugh. (1977). L'Atlas Mondial du Vin. Paris: Club Français du Livre et Editions Robert Laffont.
- JUSTE, A. (1995). "Las denominaciones de origen y la calidad en el modelo agroalimentario español". MAPA/MERCASA. Alimentos de España. Madrid: MAPA/MERCASA.
- MAES, Freddy; ROUSSEAU, Jean-Paul. (1996). "Le cacaoyer. Son passé et son avenir", varios. Chocolat. De la boisson elitaire au baton populaire. XVIe - XXe siècle. Bruxelles: Weissenbruch.
- MAPA. (1996). Inventario Español de Productos Tradicionales. Madrid: Secretaría General de Agricultura y Alimentación.
- MAPA/MERCASA. (1995). Alimentos de España. Madrid: MAPA/MERCASA.
- MERCASA/MAPA. (1995). Denominaciones de Origen y Calidad. Madrid: MERCASA/MAPA.
- NIETO, B. (1995). "Denominaciones de Origen y Especificas en España", MAPA/MERCASA. Alimentos de España. Madrid.
- PAÍS, El ; AGUILAR. (1992). Colección de Alimentos de España. Madrid: Editorial El País/Aguilar.
- STANTON, W.J.; FUTRELL, C. (1989). Fundamentos de Mercadotecnia. México, D.F.: Mc Graw-Hill.