

## **ASPECTOS METODOLÓGICOS LINGÜÍSTICOS EN LA INVESTIGACIÓN DE DENOMINACIONES DE ORIGEN PERUANAS**

*Carmen Arana Courrejoulles*

### **1. CONCEPTO DE DENOMINACIONES DE ORIGEN**

El concepto de denominaciones de origen está contemplado dentro de la Ley de Propiedad Industrial D.L. Nº823, Art. 219, que a la letra dice: «Se entenderá por denominación de origen, aquella que utilice el nombre de una región o un lugar geográfico del país que sirva para designar un producto originario del mismo y cuya calidad o características se deba exclusiva o esencialmente a los factores naturales y humanos del lugar». Concepto similar está establecido en la Decisión 344 del Acuerdo de Cartagena, en su Art 129, que reconoce como denominación de origen a "un área determinada utilizada para designar un producto originario de ella y cuyas características se deben exclusivamente al medio geográfico en el que se produce, incluidos los factores naturales y humanos".

Así pues, hay una total coincidencia entre lo que establece la ley peruana y lo normado por la Comunidad Andina, coincidiendo ambas en lo esencial del concepto de denominación de origen que es el nexo entre el origen geográfico y las características del producto o servicio.

### **2. METODOLOGÍA LINGÜÍSTICA APLICADA A LA INVESTIGACIÓN DE DENOMINACIONES DE ORIGEN**

Hasta la fecha, no existe un estudio científico de las denominaciones de origen peruanas; en este campo, lo que hay son reflexiones y estudios desde el punto de vista jurídico. Las ciencias sociales, y especialmente la lingüística, tienen en las denominaciones de origen un objeto de estudio muy valioso, en esta época de globalización donde el factor más importante para el desarrollo y bienestar de los pueblos es el conocimiento.

#### **2.1 Motivación**

Previo al establecimiento del proyecto Denominaciones de Origen Peruanas, detectamos una serie de frases, que forman parte del lenguaje diario del hablante y que le sirve

como un instrumento básico para identificar un producto y solicitarlo en el mercado, atribuyéndole un origen de procedencia y una serie de significados referidos a atributos del producto, y que tienen un fundamento subjetivo, basado en la mera opinión o creencia del hablante o consumidor.

Ejm: en el mercado en la ciudad de Huacho, escuchamos la frase «Queso de Ambar». Cuando preguntamos, qué quería decir, nos contestaron que se trataba de un queso que venía de Ambar, un distrito de Huaura; si se preguntaba por qué se compraba ese producto, se contestaba que era porque era rico, más rico que los demás y ese ser más rico, era porque el queso venía de Ambar; si se continuaba indagando y se preguntaba si en Ambar había algo que hacía rico a ese queso, se contestaba que en Ambar hay pastos naturales del que se alimenta el ganado o se daban otras respuestas con otros significados o razones, desde la contestación subjetiva simple «me gusta más», hasta otras vinculadas a la temperatura del ambiente.

Esta respuesta y otras que se obtenían al preguntar qué quería decir «queso de Ambar», nos llevaron a formular una investigación para determinar el contenido semántico de lexemas o paráfrasis tales como «queso de Ambar», «pallar de Ica», «salchicha de Huacho», «tamal de Supe», «cerámica de Nazca».

La investigación científica, o sea el trabajo ordenado en la recolección de los datos, la identificación de informantes y lugares, la estructuración de las preguntas, la elección de los métodos de análisis, la consulta de documentos para encontrar la información, nos condujo al diseño de un proyecto de investigación científica en el campo de la lingüística que trataba de responder a la pregunta, ¿qué significa para la gente las frases «Queso de Ambar»? «Pallares de Ica»? etc.

## **2.2 Proyecto de investigación sobre denominaciones de origen peruanas**

El proyecto fue elaborado de acuerdo a las normas de la UNMSM, presentado al CILA y aprobado por la Universidad; la metodología aplicada se ha basado en encuestas y entrevistas estructuradas, tanto a productores como a consumidores y otros informantes; a quienes se les

ha formulado preguntas clave para obtener información sobre el significado de las denominaciones de origen. Así, pues, se ha diseñado y aplicado cuestionarios a los consumidores con el menor número posible de preguntas pre establecidas, para evitar que el trabajo de investigación se convierta en un llenado de formas. Por ejemplo, con relación a la denominación de origen Tamal de Supe a los consumidores se consideró una encuesta con 7 preguntas, entre ellas tenemos: ¿usted conoce el tamal de Supe?, ¿por qué se llama tamal de Supe? la frase tamal de Supe, ¿qué le trae a la mente?, ¿es diferente a otros tamales?.

A los productores se les ha preguntado: en un primer momento, de qué está hecha la masa del tamal?, ¿cómo se hace la masa del tamal de Supe?, ¿qué cubre la masa?. Con base a las respuestas a estas preguntas se formuló interrogantes más específicas ¿qué es el parche?, ¿qué es la punta?, ¿qué es el pañal?, etc.

Estas preguntas han permitido que se cuente con información ordenada y sistemática, obtenida directamente de productores y consumidores en un ambiente de libertad, evitando en todo momento crear respuestas como consecuencia del vínculo entre entrevistador y entrevistado.

En muchos casos, hemos anotado las respuestas a las preguntas por estar incluidas en diálogos extensos y libres con posterioridad a la entrevista.

También se ha buscado y obtenido documentos escritos, crónicas, mapas, fotografías, que nos permiten contestar de una manera objetiva acerca del contenido de las frases consideradas como objeto de la investigación.

La información obtenida está siendo analizada con métodos lingüísticos para establecer los rasgos sémicos y de esta manera determinar científicamente el contenido de las denominaciones de origen.

### **2.3 Resultados obtenidos**

A continuación, desarrollaremos tres ejemplos de los resultados obtenidos, el primero está referido a contestar la pregunta qué significa la frase «Queso de Ambar».

De acuerdo a la información obtenida, esta frase significa: producto alimenticio tradicional, elaborado a mano,

en Ambar; queso fresco de calidad especial, de sabor agradable, consistencia natosa, color amarillento, de leche pura y natural, a la que no le han quitado la crema; se considera que su especial sabor agradable se origina en los pastos naturales de las alturas, que come el ganado que produce la leche; cuando madura se acentúan todas sus características.

Ahora contestaremos científicamente la pregunta qué significa la frase "Pallares de Ica". Así tenemos: producto agrícola originario, que prestigia al departamento de Ica por la calidad de su grano grande y blanco (reconocida por productores, consumidores, en textos técnicos y por especialistas nacionales e internacionales); es codiciado y apetecido desde tiempos ancestrales a nivel nacional e internacional; según el diccionario de María Moliner, Pallar significa *Phaséolus Pallar*, «cierta Judía del Perú tan gruesa como un haba, casi redonda y muy blanca», María Moliner, Tomo 2 Editorial Gredos, España 1,975. En el diccionario de Juan de Arona se comenta una noticia del Mercurio Peruano donde se dice que la gente de Ica es blanca y sin músculos por comer pallar. Es un producto que viene desde tiempos inmemoriales habiendo dado lugar a peregrinajes por su abundancia; según las encuestas que hemos aplicado, los consumidores le dan al pallar de Ica las siguientes características: significa pallar más rico, de cáscara delgada, de fácil y rápida cocción, es cremoso, suave y dulce, se vende bastante, es de consumo diario, tiene mayor preferencia que los pallares de otro lugar, a los que el consumidor los considera de cáscara más gruesa, de cocción difícil y que no son dulces, etc.

El pallar de Ica se consume en estado fresco en ensaladas, como en sopas, chupes, en dulces («pallar colao»). La producción del pallar tiene un cultivo con prácticas tradicionales que aprovechan las condiciones agroclimáticas de Ica.

Como un tercer ejemplo, a continuación, describiremos el significado de la frase "Cerámica de Nazca": son piezas decorativas de arcilla, elaboradas totalmente a mano por ceramistas nazqueños en sus propios talleres establecidos en la mencionada provincia, pintadas a mano con motivos y colores zoomorfos y fitomorfos propios de la antigua cultura

Nazca; son vendidas en las tiendas de la región y en ferias dominicales.

También la frase «Cerámica de Nazca» refiere a los huacos originarios de la cultura Nazca, que se encuentran como restos arqueológicos de la cultura citada en museos y otros lugares y cuya comercialización está prohibida.

### **3. DENOMINACIONES DE ORIGEN RECONOCIDAS EN EL PERÚ**

Actualmente, en el Perú hay una sola denominación de origen reconocida: la palabra Pisco; sin embargo estimamos que esta situación puede revertirse, lográndose que muchos nombres geográficos puedan ser reconocidos como denominaciones de origen; entre otros pueden ser: Pallares de Ica, Cerámica de Nazca, Guinda de Huaura, Cerámica de Chulucanas, Queso de Ambar, Salchicha de Huacho, Aceituna de Villacurí; Tamales de Supe; Tejas de Ica.

Se precisa extender la investigación sobre denominaciones de origen a otros lugares del Perú, lograr la participación de un número mayor de lingüistas y otros investigadores, para realizar científicamente el análisis de las frases que podrían ser reconocidas como denominaciones de origen peruanas, determinando las cualidades del producto, sus características de fabricación, los atributos que les dan los productores y consumidores y las vinculaciones de éstos con las zonas geográficas. Los lingüistas deberán identificar los diversos semas o rasgos del contenido de cada expresión constituyendo el campo léxico que demostrará la relación del producto con la zona geográfica de procedencia.

Este reconocimiento es muy importante para el desarrollo regional ya que añade valor económico a los productos regionales y evita cualquier intento de aprovechamiento indebido e indirecto de ese prestigio, reafirmando la identidad y valor de los productos regionales y, en los casos aplicables a la cultura ancestral regional, haciendo que la gente se sienta orgullosa de los productos que le son típicos.