

Link: <https://www.latercera.com/que-pasa/noticia/la-guerra-del-pisco-nueva-batalla/483844/>

Pablo Lacoste Historiador y director del Diplomado en Patrimonio Agroalimentario - Usach Se acaba de librar una nueva batalla en la secular guerra del pisco, esta vez en la India, con victoria clara para el Perú. Se trata de un tema crítico porque el pisco, como toda Denominación de Origen, es un monumento nacional; equivale a la bandera, el escudo o la canción nacional. La bandera chilena fue arriada en la India, vencida, por fuerzas superiores. La bandera peruana flamea en lo alto del mástil, debido al notable compromiso y voluntad de lucha del Estado Peruano, que ha dado una lección a toda América Latina, al jugarse el todo por el todo por acompañar a los cultores de su patrimonio agroalimentario. La industria de destilados de Chile, las autoridades del Estado, de Chile y Perú; los pisqueros de ambos países y la prensa especializada han acusado el impacto, con distintas lecturas, algunas de ellas, muy preocupantes. Desde el punto de vista jurídico, los tribunales de la India han cerrado este mercado de más de mil millones de habitantes, para el pisco chileno. A partir de ahora, solo tendrán derecho a vender su pisco allí los productores de Perú. Este es el resultado de un desigual duelo, entre el Estado del Perú, y la asociación de productores de pisco chileno. ¿Perdón? ¿Cómo un juicio entre el Estado peruano y un puñado de productores chilenos? ¿No hay un error de información? ¿Fue capaz el Estado chileno de abandonar a los suyos en el campo de batalla? ¡Lamentablemente, no hay error! Lo que ha ocurrido es, justamente, eso. Pero no se trata de un caso aislado, sino una tendencia general. Para el Perú, el patrimonio agroalimentario es un tema estratégico; es una política pública de largo plazo. La cancillería, las embajadas y la agencia encargada de proteger la Propiedad Industrial (INDECOPI) están fuertemente comprometidas con esta causa, porque saben que así construyen un futuro mejor para el Perú. Los estadistas peruanos saben que el Patrimonio Agroalimentario es una herramienta eficaz para el desarrollo social y económico de un país, porque tiende a crear encadenamientos productivos entre las pymes y promueve la prosperidad en las zonas rurales del país. Los resultados están a la vista: la gastronomía peruana pasea sus banderas victoriosas por el mundo: ya hay 700 restaurantes peruanos en Santiago, 200 en Buenos Aires, y así en muchos países del mundo; con ellos, se proyecta también el pisco peruano, bebida emblemática nacional. El contraste con Chile es notable. El Estado se interesa poco por apoyar sus Denominaciones de Origen y sus productos típicos. La cancillería, las embajadas y la Direcom, renuncian a apoyar el pisco en los juicios internacionales. Los pisqueros chilenos deben defenderse como pueden; contratan equipos jurídicos más frágiles, que pierden los juicios, como el caso de la India; o simplemente pierden porque no pueden pagar los costos, como en Tailandia. Otro problema es la falta de coherencia en la estructura estatal chilena; el pisco y los otros vinos y destilados, no están protegidos por el INAPI, sino que dependen del Ministerio de Agricultura, el cual no tiene procedimientos de postulación ni mecanismos adecuados para apoyar a los productos típicos y protegerlos. El caso más escandaloso es el Pipeño, que ya debería haber sido delimitado como Denominación de Origen; pero la inoperancia del Ministerio de Agricultura mantiene a los productores de Villa Alegre, San Javier y el Valle del Itata en un limbo, lo cual ha facilitado que la industria les quite mercado, falsificando el producto. La cuestionada normativa de Zonificación Vitivinícola, sólo sirve a la industria, para eludir impuestos en la Unión Europea, pero no tiene ningún lazo con el patrimonio agroalimentario ni con los saberes campesinos. La última batalla del pisco, librada en la India, ha desnudado la pobre conciencia sobre el Patrimonio Agroalimentario que hay en Chile, no solo en el Estado, sino también en el sector industrial. Las declaraciones del vicepresidente de la Asociación Gremial de Fabricantes y Distribuidores de Licores de Chile (AFLECHI), Juan Pablo Solís de Ovando, son elocuentes. El empresario sostuvo que "el pisco está listo hoy día para crear una categoría a nivel mundial y no sólo en los países productores"?. Según este dirigente, cualquier país del mundo puede destilar pisco, como si fuera ginebra, gin, whisky o ron; no comprende lo que significa una Denominación de Origen. Está acostumbrado al mundo del negocio, de comprar y vender productos apátridas, sin padre ni madre; en los cuales no tiene ninguna importancia el suelo, el clima, los saberes campesinos, el significado cultural. Habla del pisco como si fueran tuercas, tornillos o cualquier otro producto industrial. Las declaraciones de Solís de Ovando son un aporte notable porque permiten transparentar la asimetría que existe entre las clases dirigentes de Chile y Perú; en Perú ya aprendieron que las Denominaciones de Origen son bienes sensibles, de valor estratégico para el futuro desarrollo nacional. Chile perdió la batalla de la India, como perdió en Cancha Rayada. Pero no todo está perdido. Como dijo Manuel Rodríguez: ¡todavía tenemos Patria!"

