



El Colegio de la Frontera Sur

Estrategias sociales, redes de apoyo e iniciativas de comercialización e intercambio asociadas a la producción campesina en México y Colombia

Tesis
presentada como requisito parcial para optar al grado de
Doctor en Ciencias en Ecología y Desarrollo Sustentable
Con orientación en Sociedad y Cultura

Por

Héctor Nicolás Roldán Rueda

2018



El Colegio de la Frontera Sur

Chetumal, Quintana Roo, 14 de Diciembre de 20 18

Las personas abajo firmantes, miembros del jurado examinador de:

Héctor Nicolás Roldán Rueda

hacemos constar que hemos revisado y aprobado la tesis titulada:

Estrategias sociales, redes de apoyo e iniciativas de comercialización e intercambio asociadas a la producción campesina en México y Colombia

para obtener el grado de **Doctor en Ciencias en Ecología y Desarrollo Sustentable**

	Nombre	Firma
Director/a	Dra. María Amalia Gracia	_____
Asesora	Dra. Marietta Bucheli Gómez	_____
Asesor	Dr. Peter Rosset	_____
Asesor	Dr. Mateo Mier y Terán Giménez Chacho	_____
Asesor	Dr. Jorge Enrique Horbath Corredor	_____
Sinodal adicional	Dra. Birgit Inge Schmook	_____
Sinodal adicional	Dra. Rocío García Bustamante	_____
Sinodal suplente	Dra. Carla Beatriz Zamora Lomelí	_____

*Yo pregunto a los presentes
Si no se han puesto a pensar
Que esta tierra es de nosotros
Y no del que tenga más*

*Yo pregunto si en la tierra
Nunca habrá pensado usted
Que si las manos son nuestras
Es nuestro lo que nos den*

*A desalambrar, a desalambrar
Que la tierra es nuestra
Tuya y de aquel
De Pedro y María
De Juan y José*

*Qué lejos está mi tierra
Y, sin embargo, qué cerca
O es que existe un territorio
Donde las sangres se mezclan.*

*Tanta distancia y camino,
Tan diferentes banderas
Y la pobreza es la misma
Los mismos hombres esperan.*

*Yo quiero romper mi mapa,
Formar el mapa de todos,
Mestizos, negros y blancos,
Trazarlo codo con codo.*

*Los ríos son como venas
De un cuerpo entero extendido,
Y es el color de la tierra
La sangre de los caídos.*

*No somos los extranjeros
Los extranjeros son otros;
Son ellos los mercaderes
Y los esclavos nosotros.*

*Yo quiero romper la vida,
Como cambiarla quisiera,
Ayúdeme compañero;
Ayúdeme, no demore,
Que una gota con ser poco
Con otra se hace aguacero.*

Milonga de andar lejos - Daniel Viglieti

*Si molesto con mi canto
Alguno que ande por ahí
Le aseguro que es un gringo
O un dueño de este país*

*A desalambrar, a desalambrar
Que la tierra es nuestra
Tuya y de aquel
De Pedro y María
De Juan y José*

A desalambrar – Daniel Viglieti

Agradecimientos

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT), por otorgar la beca con número de registro 401801 para cursar el Doctorado en Ciencias en Ecología y Desarrollo Sustentable y por la beca mixta -convocatoria 291062- para movilidad en el extranjero con la cual realice parte del trabajo de campo en Colombia.

A todo el personal que trabaja, participa y construye El Colegio de la Frontera Sur, que a lo largo de estos cuatro años, desde diferentes dependencias, me colaboraron y apoyaron en diferentes aspectos.

A los investigadores e investigadoras de diversas instituciones que conocieron y participaron de formas diversas en la construcción y consolidación de esta investigación y cuyos comentarios y observaciones constituyeron parte central de este trabajo. Especialmente a quienes apoyan las experiencias que integran esta investigación en la Universidad Intercultural Maya de Quintana Roo, la Universidad del Caribe, la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, la Universidad Nacional de Colombia, la Fundación Universitaria Minuto de Dios, entre otras.

A la Facultad de Estudios Ambientales y Rurales de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá por permitirme realizar una estancia académica durante el desarrollo del trabajo de campo en Colombia.

A las organizaciones campesinas de Colombia que me abrieron sus puertas para conocer los procesos en los que vienen trabajando, especialmente a los y las líderes que integraron el proceso de Mercados Campesinos y hoy vienen fortaleciendo renovados procesos organizativos: Federación Nacional Sindical Unitaria Agropecuaria, Federación Nacional de Cooperativas Agropecuarias, Asociación Nacional de Ayuda Solidaria, Acción Campesina Colombiana, Fundación San Isidro, Asociación Departamental de Usuarios Campesinos de Cundinamarca, Mutual Comunal Agroalimentaria. También a las personas que hacen parte de AgroSolidaria y a quienes tuve la oportunidad de escuchar en diferentes contextos. En Colombia, también debo mencionar a los grupos de agricultura urbana que me permitieron conocer lugares dentro de Bogotá, antes desconocidos e inimaginables para mí.

En México, a los integrantes del Tianguis Alternativo de Puebla, del Tianguis Agroecológico de José María Morelos, del Mercado de Productos Naturales y Orgánicos Macuilli Teotzin y del Tianguis del Mayab, quienes en medio de los días de mercado siempre tuvieron la disposición para hablar y compartir ideas, historias, preocupaciones, anhelos y esperanza.

A todos los y las campesinas, productores, agricultores urbanos y transformadores con los que compartí caminatas, relatos, recetas, comidas e ideas que se plasman en esta investigación. Mi mayor agradecimiento, por su tiempo y disposición, pero más aún, por transmitir y compartir la esperanza, lucha y resistencia que expresan sus acciones, prácticas y recuerdos, que aunque lejanos, se presentan como una opción de presente y de futuro.

A María Luisa Eschenhagen, por ser una gran inspiración y mi primera mentora.

A los investigadores e investigadoras que integraron mi consejo tutelar por confiar en mi trabajo y motivarme durante estos cuatro años a pesar de la distancia, los horarios y los compromisos: Marietta Bucheli, Jorge Horbath, Mateo Mier y Terán y Peter Rosset ¡Gracias!

A las sinodales que han comentado esta investigación, Birgit Schmook, por su saludo siempre alegre y sincero; a Carla Zamora porque estuvo presente en diferentes momentos de la investigación durante estos años y a Rocío García, por convertirse en una amiga y guía en este proceso.

A Amalia, mi tutora [la profe], para quien solo tengo agradecimientos por el apoyo y la confianza que ha depositado en mí y en mi trabajo durante estos años. Gracias por los comentarios, correcciones y sugerencias, pero mucho más por compartir espacios, historias, alegrías, tristezas y por hacer de este proceso un trabajo compartido, por convertirse en mucho más que una tutora, por ser una guía. Gracias por tanto.

A mis amigas y amigos, los de acá y los de allá, los que se fueron antes de lo pensado. A Paula Juliana por su presencia en mi vida, siempre motivante y alegre. A la Perro, Jere, Sebas, Perea, Gime, Amarillo y Ángela porque esta historia comenzó hace más de dos décadas en las que hemos sabido mantener el lazo que nos une. A los que me acompañaron estos seis años de travesía en México, a Eli por su amistad incondicional,

a Alicia por llegar en el momento indicado a compartir la vida en el Caribe, a Rocío por la confianza y los momentos compartidos en estos años, a Julio, Luz y Ashanti por estar siempre atentos al regreso. Y las muchas personas que de manera fugaz han hecho parte de este proceso.

A Xime, por su compañía, su palabra sincera, su tiempo, su paciencia, su amor. Por dejarme empapelar la casa con ideas y objetivos de investigación por casi un año, por escucharme y ser mi primera lectora. Por caminar juntos y construir esta historia. A Emi y Moni porque su presencia siempre alegra la casa.

A mi familia, a mis abuelos y abuelas que esperan siempre mi regreso, a sus historias, cantos y canas que me hacen recordar el origen. A mi hermanito y mi hermana, por estar siempre presentes, por ser parte de mi motivación y mi apoyo. A Emiliana, que vino para recordarnos que la vida se renueva constantemente y junto a ella la esperanza y las ideas. A mis padres por ser el motor, la inspiración y la razón de muchas de mis ideas, intereses y posturas, por enseñarme a seguir los sueños y defenderlos, por darme las alas y cuidar el nido al que siempre sabré regresar.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	12
<hr/>	
<u>CAPÍTULO 1</u>	
INTRODUCCIÓN	13
1.1 INTERESES Y MOTIVACIONES	13
1.2 PREGUNTAS Y OBJETIVOS	15
1.3 ESTRUCTURA DEL DOCUMENTO	17
<u>CAPÍTULO 2</u>	
MARCO TEÓRICO	20
2.1 INTRODUCCIÓN	20
2.2 ACTOR - SUJETO	21
2.2.1 EL CAMPESINADO	26
2.3 LA DISPUTA POR LOS PROCESOS PRODUCTIVOS DESDE LO LOCAL	36
2.3.1 REGÍMENES Y SISTEMAS AGROALIMENTARIOS	37
2.3.2 LA TRANSFORMACIÓN DE LOS PROCESOS PRODUCTIVOS Y LA IMPORTANCIA DEL TERRITORIO	41
2.4 EL PAPEL DE LA ECONOMÍA EN LA TRANSFORMACIÓN DE LOS PROCESOS PRODUCTIVOS	46
2.5 AGROECOLOGÍA Y SOBERANÍA ALIMENTARIA	57
2.6 ABRIENDO SURCOS DESDE LOS APORTES TEÓRICOS.	62
<u>CAPÍTULO 3</u>	
METODOLOGÍA	64
3.1 INTRODUCCIÓN	64
3.2 TRADICIÓN CUALITATIVA COMO PERSPECTIVA METODOLÓGICA	65
3.2.1 EL MÉTODO DE LOS ESTUDIOS DE CASO	67
3.2.2 EL ENFOQUE CENTRADO EN EL ACTOR	69
3.3 DE LA PERSPECTIVA METODOLÓGICA AL DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	71
3.3.1 DISEÑO METODOLÓGICO	71
3.3.2 ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN	76
3.4 LA METODOLOGÍA TRAS BAMBALINAS (VOZ DEL INVESTIGADOR)	81
<u>CAPÍTULO 4</u>	
CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN. DE LAS CIFRAS GLOBALES Y LOS CENSOS AGROPECUARIOS A LAS EXPERIENCIAS ANALIZADAS	84
4.1 INTRODUCCIÓN	84
4.2 LOS CAMPESINOS EN EL CONTEXTO MUNDIAL	86
4.3 CONTEXTO COLOMBIANO: EL CAMPESINADO ENTRE LA NEGACIÓN INSTITUCIONAL Y LA LUCHA POR SU RECONOCIMIENTO POLÍTICO	90
4.3.1 LAS CIFRAS DE UN CAMPO NEGADO: CENSOS Y ENCUESTAS AGROPECUARIAS	97

4.3.2 ¿POR DÓNDE CIRCULAN LOS ALIMENTOS EN COLOMBIA?	99
4.3.3 CASOS DE ESTUDIO COLOMBIA	102
- Mercados Campesinos- Bogotá	103
- Caso de estudio AgroSolidaria	109
- AgroSolidaria seccional Bogotá	111
- AgroSolidaria seccional Socotá	114
4.3.4 CONCLUSIÓN COLOMBIA	116
4.4. CONTEXTO MEXICANO. DE LA REVOLUCIÓN A LOS TRATADOS DE LIBRE COMERCIO	117
4.4.1 ALGUNAS CIFRAS RELEVANTES	123
4.4.2 CANALES DE DISTRIBUCIÓN	125
4.4.3 CASOS DE ESTUDIO MÉXICO	127
- Casos Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos (REDAC)	127
- Tianguis Alternativo de Puebla - Puebla, Puebla	129
- Mercado de Productos Naturales y Orgánicos Macuilli Teotzin. San Luis Potosí. San Luis Potosí.	134
- Tianguis del Mayab. Cancún, Quintana Roo	138
- Tianguis Agroecológico de José María Morelos. José María Morelos, Quintana Roo.	142
4.4.5 CONCLUSIONES MÉXICO	146
4.5 CONVERGENCIAS Y DIVERGENCIAS	147

CAPÍTULO 5

ROLES, PROBLEMÁTICAS Y ESTRATEGIAS	153
5.1 INTRODUCCIÓN	153
5.2 ENTRE SEMEJANZAS Y PARTICULARIDADES: EL ROL DE LOS ACTORES	154
5.2.1 PRODUCTORES: CAMPESINOS Y AGRICULTORES URBANOS	155
5.2.2 TRANSFORMADORES	159
5.2.3 INTERMEDIARIOS	160
5.2.4 CONSUMIDORES	162
5.2.5 PROMOTORES	164
5.2.6 ORGANIZACIONES DE APOYO Y ACTORES EXTERNOS	165
5.2.7 LAS PERSONAS PIENSAN DONDE LOS PIES PISAN	166
5.3 PROBLEMÁTICAS SIMILARES EN CONTEXTOS DIVERSOS	168
5.3.1 PRÁCTICAS ORGANIZATIVAS: FORMAS DE PARTICIPACIÓN, RELACIONES Y TIPOS DE LIDERAZGO	168
5.3.2 PRÁCTICAS PRODUCTIVAS: TRANSICIÓN, CERTIFICACIONES, RELEVO GENERACIONAL Y CAMBIO CLIMÁTICO	172
5.3.3 PRÁCTICAS DE COMERCIALIZACIÓN E INTERMEDIACIÓN: INTERMITENCIA, PRECIOS Y EL PAPEL DE LOS INTERMEDIARIOS.	180
5.3.4 PRÁCTICAS DE CONSUMO: PARTICIPACIÓN, NÚMERO Y TIPO DE CONSUMIDORES	184
5.3.5 PRÁCTICAS PARA LA ARTICULACIÓN Y VINCULACIÓN CON ORGANIZACIONES DE APOYO Y ACTORES EXTERNOS: TEMPORALIDAD, DEPENDENCIA E INTERESES	188
5.3.6 PROBLEMÁTICAS ESTRUCTURALES: INCIDENCIA Y RECONOCIMIENTO POLÍTICO, CONFLICTOS Y CAMBIOS SOCIALES, POLÍTICOS Y ECONÓMICOS	190
5.4 ESTRATEGIAS DIVERSAS A PROBLEMÁTICAS SIMILARES	199
5.4.1 PRÁCTICAS ORGANIZATIVAS: FORTALECIMIENTO DE LÍDERES TERRITORIALES, PLANES DE RETIRO Y ESPACIOS DE DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN	200
5.4.2 PRÁCTICAS PRODUCTIVAS: ESTRATEGIAS DIVERSAS EN TORNO A ESPACIOS DE DIÁLOGO Y APRENDIZAJES COLECTIVOS	203
5.4.3 PRÁCTICAS DE COMERCIALIZACIÓN, INTERCAMBIO E INTERMEDIACIÓN	207
5.4.4 PRÁCTICAS DE CONSUMO	219

5.4.5 PRÁCTICAS PARA LA ARTICULACIÓN Y VINCULACIÓN: INSTITUCIONES ACADÉMICAS, ORGANIZACIONES INTERNACIONAL, AUTORIDADES LOCALES Y PROCESOS COMPLEMENTARIOS	221
5.4.6 ESTRATEGIA PARA ENFRENTAR PROBLEMÁTICAS ESTRUCTURALES	224

CAPÍTULO 6

COMERCIALIZACIÓN, INTERCAMBIO E INTERMEDIACIÓN	228
6.1 INTRODUCCIÓN	228
6.2 LOS CIRCUITOS DE DISTRIBUCIÓN ALTERNATIVOS FRENTE AL RÉGIMEN ALIMENTARIO DOMINANTE	229
6.3 PERCEPCIONES FRENTE A LAS ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN	232
6.3.1 LOS PROCESOS DE CERTIFICACIÓN: ENTRE LA ETIQUETA Y LA CONFIANZA	235
6.3.2 LA INTERMEDIACIÓN EN EL CENTRO DE LA DISCUSIÓN	240
6.4 REALIDADES Y PERSPECTIVAS FRENTE A LA CERTIFICACIÓN Y LA INTERMEDIACIÓN COMO ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN	245
6.4.1 PROCESO DE CERTIFICACIÓN	246
6.4.2 PROCESOS DE INTERMEDIACIÓN	251

CAPÍTULO 7

LAS TRANSFORMACIONES SOCIALES, POLÍTICAS Y ECONÓMICAS: IDENTIDAD CAMPESINA, MERCADOS Y LUCHAS DESDE EL TERRITORIO.	258
7.1 INTRODUCCIÓN	258
7.2 LOS PROCESOS ORGANIZATIVOS EN LOS QUE PARTICIPA EL CAMPESINADO	259
7.3 EL MERCADO COMO PLATAFORMA DE ESCENARIOS DIVERSOS	266
7.4 LUCHAS Y REIVINDICACIONES. CUANDO LO COTIDIANO SE POLITIZA O NORMALIZA	272

CAPÍTULO 8

CONCLUSIONES	281
BIBLIOGRAFÍA	300
ANEXOS	
ANEXO 1. DETALLE ENTREVISTAS	318
ANEXO 2. DETALLE DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS TRABAJO DE CAMPO	322
ANEXO 3. CODIFICACIÓN ATLAS.TI 7.5.4	325
ANEXO 4. ARTÍCULO ACEPTADO REVISTA ESPACIALIDADES – UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA UNIDAD CUAJIMALPA	327
ANEXO 5. ARTÍCULO SOMETIDO REVISTA CUADERNOS DEL DESARROLLO RURAL – PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA. BOGOTÁ, COLOMBIA.	363
SIGLAS Y ABREVIATURAS UTILIZADAS	391

Índice de tablas, gráficas y mapas

Tabla 1: Resumen validez y fiabilidad del estudio de casos	69
Tabla 2: Diseño de investigación basado estudio de caso: los mercados locales con vínculos en lo local-regional	71
Tabla 3: Categorías de análisis	73
Tabla 4: Etapas de la investigación y principales componentes.	76
Tabla 5: Fuentes secundarias de información	77
Tabla 6: Instrumentos de recolección de la información	78
Tabla 7: Número de entrevistas realizadas durante trabajo de campo según roles	79
Tabla 8: Mecanismos de participación ciudadana	96
Tabla 9: Ficha técnica mercados campesinos	103
Tabla 10: Organización campesinas que integran el proceso de mercados campesinos	104
Tabla 12: Instituciones de acompañamiento y alianzas organizativas del proceso de Mercados Campesinos (2004 - 2015)	106
Tabla 12: Ficha técnica Agrosolidaria- Bogotá	111
Tabla 13: Ficha técnica Agrosolidaria Socotá	114
Tabla 14: Ficha técnica Tianguis Alternativo de Puebla	129
Tabla 16: Ficha técnica Mercado de Productos Naturales Macuilli Teotzin	134
Tabla 16: Ficha técnica Tianguis del Mayab	138
Tabla 17: Ficha técnica Tianguis Artesanal y Agroecológico de José María Morelos.	142
Tabla 18: Síntesis roles	167
Tabla 19: Problemáticas prácticas organizativas	168
Tabla 20: Problemáticas prácticas productivas	172
Tabla 21: Problemáticas prácticas de comercialización e intermediación	180
Tabla 22: Problemáticas prácticas de consumo	184
Tabla 23: Problemáticas prácticas para la articulación y vinculación	188
Tabla 24: Problemáticas estructurales	190
Tabla 25: Síntesis estrategias y problemáticas prácticas organizativas	200
Tabla 26: Síntesis estrategias y problemáticas prácticas productivas	203
Tabla 27: Síntesis estrategias y problemáticas prácticas de comercialización, intercambio e intermediación	207
Tabla 28: Síntesis estrategia y problemáticas prácticas de consumo	219
Tabla 29: Síntesis estrategias y problemática prácticas articulación y vinculación	221
Tabla 30: Formas diversas para reducir distancias en la construcción de mercados alternativos	233
Tabla 31: Mecanismos de certificación implementados por los mercados analizados	237
Tabla 32: Resumen de las características principales de comercialización e intermediación en los casos de estudio	242

MAPAS

Mapa 1: Ubicación casos colombia	102
Mapa 2: Ubicación casos seleccionados méxico	127

GRÁFICAS

Gráfica 1: Estructura central de mercados campesinos	105
Gráfica 2: Estructura organizativa de agrosolidaria	110
Gráfica 3: Etapas interconectadas del circuito económico agroalimentario	110
Gráfica 4: Articulación estrategias - problemáticas aspectos estructurales	224

RESUMEN

A raíz de los efectos generados por el modelo agroalimentario y económico dominantes dentro de los sistemas alimentario locales alrededor del mundo, diversas experiencias organizativas, productivas, de comercialización, intermediación y consumo, protagonizadas principalmente por campesinos y campesinas, vienen disputando diversos escenarios de participación y transformación en el campo y en la ciudad. Estas disputas se manifiestan en el tipo de relaciones, vínculos y estrategias que diseñan sus protagonistas y que les permite enfrentar problemáticas, algunas de ellas comunes, a partir de los recursos e intereses individuales y colectivos con los que cuentan dentro de los contextos en los que se ubican.

A partir de una metodología de estudio de caso, esta investigación estudia siete experiencias ubicadas en diferentes regiones de México y Colombia, explorando sus principales virtudes, retos y problemáticas. Al mismo tiempo, a partir de la triangulación de diferentes fuentes de información, el trabajo identifica semejanzas y diferencias frente a las estrategias que diseñan sus protagonistas para resolver problemáticas similares en torno a los procesos organizativos y productivos que dinamizan.

En esta tesis se recuperan diversos aportes teóricos que permiten contrastar y contribuir a las discusiones en torno al campesinado y su reivindicación como un actor social, político y económico relevante dentro de múltiples escenarios. Para ello, se aborda la importancia de visibilizar prácticas, relaciones y lógicas que integran valores y principios que cuestionan la racionalidad económica y sus efectos dentro de los procesos productivos.

Finalmente, la discusión y los hallazgos aportan elementos que indagan por el carácter alternativo de estas experiencias y el tipo de transformaciones que plantean frente a las problemáticas que enfrentan, así como su papel frente a la reivindicación del campesinado a partir de sus formas participación dentro de las etapas del proceso productivo.

Palabras clave: Campesinado, procesos productivos, sistemas agroalimentarios, intermediación solidaria, mercados alternativos

Capítulo 1

Introducción

1.1 Intereses y motivaciones

En esta investigación se analizan diversas experiencias organizativas en torno a la comercialización de alimentos producidos principalmente por campesino y campesinas de diferentes regiones de México y Colombia. Este tipo de experiencias son resultado de procesos colectivos que han identificado problemáticas en torno a las relaciones de comercialización e intercambio presentes en el modelo agroalimentario dominante y sus efectos a lo largo de las etapas del proceso productivo. Junto con dichas problemáticas, quienes integran estas experiencias han diseñado estrategias que les permiten resistir y defender sus prácticas, espacios y relaciones, permitiendo adicionalmente visibilizar algunas de sus principales demandas y reivindicaciones.

El antecedente inmediato de esta investigación se ubica en la tesis no monográfica realizada durante la Maestría en Ciencias en Recursos Naturales y Desarrollo Rural en El Colegio de la Frontera Sur, donde tuve la oportunidad de acercarme a diversos mercados orgánicos ubicados en México. Dicho trabajo, significó una de las principales motivaciones para continuar el proceso de investigación, esta vez con la intención de visibilizar aspectos relacionados con las realidades que deben enfrentar pequeños y medianos productores en las diferentes etapas del proceso productivo, tomando como eje articulador las relaciones de comercialización e intercambio.

Haber reconocido estas realidades de la voz de los productores y de las personas vinculadas con los mercados orgánicos en las ciudades de Playa del Carmen (Quintana Roo), San Cristóbal de las Casas (Chiapas) y Chapingo (Texcoco), me permitió plantear los interrogantes que dan lugar a esta investigación. Al mismo tiempo, mi nacionalidad colombiana me llevó a pensar el tipo de alternativas que plantean este tipo de experiencias en el contexto colombiano.

Por otro lado, de mi experiencia como consumidor de uno de los procesos de organización campesina más importantes de Colombia, Mercados Campesinos, surgieron líneas paralelas a las identificadas en mi investigación de maestría y por lo

tanto fueron dando sentido a una investigación que busca conocer, analizar y reflexionar sobre las realidades que enfrentan pequeños y medianos productores que participan de experiencias que apuntan a la transformación de las etapas del proceso productivo (producción, distribución y consumo) a nivel local. Para eso realicé acercamientos con experiencias integradas por este tipo de productores, pero que además tienen vínculos con redes y procesos más amplios.

Las problemáticas de los pequeños y medianos productores -en muchos contextos- son expresiones de la ausencia de elementos jurídicos y políticas públicas que garanticen su reconocimiento social, político y económico y de la evidente superioridad que ellas le otorgan a la industria agroalimentaria y a las actividades extractivas. Por lo tanto, son problemáticas que obedecen a un modelo de desarrollo insaciable y excluyente, que desplaza, margina e invisibiliza a sectores enteros de la sociedad, entre los que se encuentra los campesinos, indígenas y afrodescendientes.

En esta tesis me pregunto por el tipo de estrategias que diseñan los productores para la transformación de los procesos productivos con el objetivo de analizar hasta qué punto se convierten en alternativas para la transformación de los procesos productivos y la reivindicación del campesinado. Con ella pretendo aportar elementos a la construcción teórica y práctica del campesinado desde una postura crítica frente al sistema agroalimentario y sus efectos en las etapas del proceso productivos. Es necesario mencionar que mi aproximación al objeto de estudio no es neutral ni pretende serla, en la medida que identifico en las estrategias, procesos y vínculos que crea el campesinado dentro de este tipo de experiencias una oportunidad para la transformación de los procesos productivos, incluso con las contradicciones, retos y conflictos que esto implica. Considero que las propuestas que se generan desde este tipo de espacios avanzan hacia diversas reivindicaciones que no se agotan en lo económico, o mejor aún, que permiten reconocer otras formas de hacer y pensar la economía y las relaciones de intercambio.

1.2 Preguntas y objetivos

El interrogante del que parte esta tesis se expresa en la pregunta principal sobre *qué aportan las estrategias de comercialización e intercambio planteadas por pequeños y medianos productores para la transformación de los procesos productivos y para la consolidación del campesinado como actor social, económico y político a nivel local*. En particular en experiencias ubicada en Colombia y México.

A partir de esta pregunta general de investigación se plantean otras preguntas específicas:

- ¿Cómo inciden social, económica y políticamente los principales grupos, sujetos y actores en las estrategias de comercialización e intercambio planteadas por las experiencias seleccionadas?
- ¿Qué elementos sociales, políticos, económicos y culturales intervienen de manera directa en los procesos productivos a nivel local y regional?
- ¿Qué alternativas plantean las estrategias de comercialización e intercambio de las experiencias seleccionadas y de qué manera logran transformar los procesos productivos?
- ¿Cómo se articulan las estrategias de comercialización e intercambio identificadas con las prácticas y discursos en torno a la capacidad del campesinado para continuar constituyéndose como una fuerza social, económica y políticamente autónoma?

Al mismo tiempo, de la revisión de literatura y del acercamiento previo al tema de estudio se plantean las siguientes hipótesis:

- Las estrategias de comercialización e intercambio no solo son la respuesta a las dificultades que tienen los pequeños y medianos productores para acceder a mercados favorables, sino que también son mecanismos que les permiten tener mayor control sobre los procesos productivos y por lo tanto les permite ampliar sus márgenes de negociación e incidencia social, política, económica y cultural a nivel local y regional.
- La heterogeneidad de los actores involucrados describe múltiples formas sociales dentro de diversos contextos en los cuales se ofrecen soluciones

alternativas a problemas similares, dando lugar a intercambios de experiencias y conocimientos que permiten el fortalecimiento de procesos de organización campesina.

- La comercialización y el intercambio no son procesos independiente de la producción y del consumo, sino complementarios, por lo tanto, los esfuerzos no se agotan en la posibilidad de expresarse y actuar, sino en la capacidad de plantear objetivos y fines que respondan a las necesidades y preocupaciones locales en el mediano y largo plazo.

Para contrastar estas hipótesis y abordar las preguntas formuladas se plantea como objetivo general: *identificar el aporte de las estrategias de comercialización e intercambio planteadas por pequeños y medianos y productores en mercados locales de México y Colombia para la transformación de los procesos productivos y analizar su contribución al campesinado como un actor social, político y económico a nivel local y regional*. Este objetivo general está integrado por los siguientes objetivos específicos.

- Identificar las formas de participación social, económica y política que tienen los principales grupos, sujetos y actores frente a las estrategias de comercialización e intercambio, y analizar su papel en función de la transformación de los procesos productivos
- Analizar las estrategias, los conflictos, contradicciones y virtudes sociales, económicas, políticas y culturales que intervienen en los procesos productivos de las experiencias seleccionadas
- Analizar y contrastar las estrategias de comercialización e intercambio planteadas por las experiencias estudiadas, así como su incidencia en la esfera social, económica y política de sus participantes
- Identificar el tipo de transformaciones que habilitan las estrategias de comercialización e intercambio y su articulación con prácticas, discursos y formas organizativas que aportan a la consolidación del campesinado como un actor relevante a nivel local, regional y nacional

1.3 Estructura del documento

Esta tesis se compone de ocho capítulos divididos en dos partes. Junto a esta breve introducción, la primera parte está integrada por el marco teórico, la propuesta metodológica y la presentación de los contextos y casos seleccionados. La segunda parte, que incluye los hallazgos y discusiones principales, se divide en tres capítulos que abordan los roles, problemáticas y estrategias, junto con discusiones más amplias en torno a la comercialización y la intermediación así como las formas en que se articulan y potencian este tipo de experiencias en función de los contextos en los que se ubican.

El segundo capítulo de marco teórico pretende sustentar los análisis, discusiones y reflexiones teóricas y prácticas que se pondrán en juego en los capítulos posteriores. En él se aborda la noción de sujeto y actor, junto a la de campesinado y luego se analiza el papel del modelo agroalimentario en la configuración de los procesos productivos. Posteriormente plantea la posibilidad de diálogo entre propuestas de economías diversas con los aportes de la economía campesina y su relación con el territorio. Finalmente presentamos la agroecología y la soberanía alimentaria, a partir de los aportes teóricos y prácticos generados por diferentes grupos académicos, campesinos y movimientos sociales, entre otros, los cuales consideramos necesarios frente a las propuestas y estrategias que plantean las experiencias analizadas.

El tercer capítulo aborda el diseño metodológico, para eso presentamos una breve introducción de la tradición cualitativa -dentro de la que se inscribe esta investigación y, de manera particular, ahonda en el método del estudio de caso y el enfoque centrado en el actor, como dos de las principales perspectivas metodológicas que condujeron esta investigación. Posteriormente detallamos el diseño metodológico, junto a las etapas en las que se desarrolló el estudio. Finalmente presentamos una reflexión en torno a los retos, virtudes y limitaciones de este diseño metodológico.

El cuarto capítulo constituye el tránsito entre la propuesta teórica y metodológica hacia los hallazgos y discusiones. En él presentamos una breve situación del campo y del campesinado a nivel mundial, seguido de su ampliación en cada uno de los contextos analizados. Para ello consideramos relevante la presentación de un breve recuento

histórico, junto con los principales marcos normativos y cifras relacionadas con el campo para cada país. Al mismo tiempo de manera sintética, realizamos un análisis de los principales canales de distribución en el contexto colombiano y mexicano. Posteriormente se presentan los casos de estudio, detallando su ubicación, etapas, número de participantes, entre otras. Vale la pena mencionar que la información obtenida de cada experiencias es muy variada, por lo que el nivel de detalle en cada caso no es del todo homogénea. Finalmente, presentamos las convergencias y divergencias que deja entrever el capítulo.

El quinto capítulo representa el eje central de esta investigación, principalmente porque es en este capítulo que los participantes cobran vida dentro de este proceso investigativo. Por ello mismo, constituye el capítulo más extenso. Aquí detallamos, además de los roles identificados en cada experiencia, las problemáticas y estrategias que diseñan sus participantes a partir de las categorías de análisis definidas en el diseño metodológico.

El sexto capítulo se centra en los procesos de comercialización, distribución e intermediación; para ello ponemos en discusión los circuitos de distribución frente al régimen agroalimentario y, de manera particular, nos centramos en los procesos de certificación e intermediación como eje de las propuestas, estrategias y discusiones que se generan al interior de estas experiencias. Vale la pena mencionar que esos ejes de discusión dieron lugar a dos artículos. El primero: *"(Des) estigmatizar la intermediación de alimentos en pos de mayor equidad. Espacios emergentes de comercialización frente a la gran distribución en Colombia"*, el cual ha sido aceptado para su publicación en la revista Espacialidades de la Universidad Autónoma Metropolitana – Unidad Cuajimalpa. Y el segundo *"Mercados locales alternativos en México y Colombia: resistencias y transformaciones en torno a los procesos de certificación"*, que se encuentra en proceso de revisión en la Revista Cuadernos de Desarrollo Rural de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá luego de haber recibido un dictamen favorable a su publicación.

El séptimo capítulo, recupera los elementos más relevantes que surgieron durante la investigación, entre ellos, el papel de los procesos organizativos en los que participa el

campesinado, la posibilidad de pensar el mercado como el espacio de procesos más amplios y transformadores y el papel de los cotidiano dentro de las luchas y reivindicaciones que plantean los participantes de estas experiencias. Finalmente se presentan las conclusiones generales de esta investigación.

Capítulo 2

Marco Teórico

2.1 Introducción

Para esta investigación se recuperan conceptos de diversas propuestas teóricas y analíticas que dialogan en torno a la posibilidad de construir/fortalecer marcos de referencia que integren formas alternativas de hacer y pensar la sociedad, la economía y la política, Estos marcos tienen en común su pregunta sobre la potencia que tienen los sujetos dentro de los espacios colectivos que integran, así como su capacidad para incidir en otros espacios próximos a partir del cuestionamiento de su propia situación y de formas de respuesta que diseñan de acuerdo a sus contextos, recursos, y motivaciones (Gracia, 2015).

Dentro del universo de experiencias que vienen cuestionando las realidades en las que se ubican destacamos las empresas recuperadas por sus trabajadores, las finanzas solidarias, los bancos de tiempo, las radios comunitarias, las cooperativas, las redes de producción, distribución y consumo, entre otras. Nos detenemos en los procesos organizativos que buscan la transformación de los procesos productivos y la reivindicación del campesinado. De manera particular exploramos las estrategias de comercialización e intercambio que han diseñado diversos grupos de productores, transformadores, intermediarios y promotores, ubicados en diversas regiones de México y Colombia.

El marco teórico de esta investigación está integrado por conceptos y categorías que permiten analizar y contrastar el tipo de estrategias y transformaciones que plantean sus participantes. Este capítulo se compone de cuatro apartados, en los que se abordan las principales categorías teóricas que se articulan con las experiencias analizadas, las prácticas de sus protagonistas y las transformaciones y reivindicaciones que plantean. Sus aportes se fundan sobre el dinamismo y heterogeneidad de los procesos sociales, económicos, políticos y culturales que caracterizan este tipo de experiencias y sobre la posibilidad de analizar las formas en que se resuelven problemáticas comunes en contextos diversos.

El capítulo comienza discutiendo las nociones de sujeto y actor, considerando que su definición y problematización permite identificar el tipo de vínculos y articulaciones que expresan los participantes. Y adicionalmente, porque este análisis, facilita comprender la importancia que tiene el reconocimiento del “otro” en función de la disputa de escenarios más amplios a nivel local, regional y nacional. Posteriormente, se aborda la categoría de campesinado, con la intención de reafirmar en su heterogeneidad y dinamismo una de sus principales virtudes, las cuales dan lugar a estrategias diversas para la transformación de los procesos productivos.

En segundo lugar, definimos el modelo agroalimentario como el escenario en el que se disputa el control y autonomía de las etapas del proceso productivo desde lo local. Para ello, definimos y analizamos las etapas que lo integran, lo cual nos permitirá más adelante comprender el tipo de transformaciones que plantean los participantes de las experiencias analizadas, así como la forma en que el campesinado se integra dentro de cada una de las etapas a partir de los territorios en los que se ubican.

En el tercer apartado, abordamos la economía campesina y su articulación con propuestas que reconocen otras formas de hacer y pensar la economía desde lo local. Finalmente, incluimos la agroecología como un eje transversal de la propuestas y transformaciones que vienen planteando los movimientos y organizaciones campesinas alrededor del mundo quienes le suman a las demandas por la soberanía alimentaria, las reivindicaciones y luchas por la tierra y el territorio que no se agotan en las prácticas de producción, la sustitución de insumos o la adjetivación de los espacios de comercialización, como veremos.

2.2 Actor - sujeto

Un eje central dentro de esta investigación -tanto en la construcción teórica, como en la parte metodológica- es el reconocimiento de los sujetos y actores individuales y colectivos que integran experiencias que se fundan sobre la posibilidad de generar mayores grados de reconocimiento y visibilización, así como diversos tipos de transformaciones a partir de las situaciones adversas que deben enfrentar. Para esto, es imprescindible identificar quiénes participan dentro de estos espacios, de qué forma lo hacen y cómo se relacionan entre ellos, primero desde una perspectiva teórica y

posteriormente integrando el diseño metodológico y los principales hallazgos de la investigación.

La invisibilización de los sujetos constituye uno de los principales obstáculos frente a la posibilidad de disputar escenarios sociales, políticos, económicos y culturales caracterizados por lógicas de dominación que niegan su heterogeneidad. Frente a esta situación, ubicamos en la posibilidad de reconocimiento y autoreconocimiento un punto de partida para abordar los alcances teóricos y empíricos de la noción actor y sujeto, así como las consecuencias de su invisibilización. Para ello, es preciso mencionar que la capacidad de actuar o de constituirse en actor pasa por la posibilidad de tener derechos dentro de una estructura social determinada (Ema, 2004), es decir, del reconocimiento o negación del papel que determinados sujetos individuales y colectivos juegan dentro de diferentes esferas de lo social.

Lo anterior, es retomado en esta investigación a partir de la forma en que el campesinado, sus prácticas y espacios han sido negados y privados del reconocimiento político dentro de los marcos constitucionales de México y Colombia. Esta situación ha dado lugar a que las demandas y reivindicaciones de los movimientos campesinos giren en torno a su reconocimiento. Para ello, el autoreconocimiento constituye un elemento indispensable dentro de la configuración de los procesos organizativos y las diferentes expresiones de lucha y reivindicación que emergen desde el campesinado y que en ocasiones se manifiestan por fuera de los marcos normativos.

En ese sentido, el autoreconocimiento puede ser interpretado como “un acto originario de autoafirmación a partir del cual un sujeto empírico se ‘pone a sí mismo como valioso’, es decir, se constituye como sujeto” (Castro-Gómez, 1996:110). A partir de allí, el sujeto deja de contemplarse a sí mismo como medio, para empezar a valorarse como un fin, el individuo pasa por un proceso de toma conciencia en la que la propia situación a la que se enfrenta le permite hacer uso de sus recursos para transformar las estructuras sociales que identifica como determinantes para proyectarse dentro del contexto en el que se ubica (Castro-Gómez, 1996).

Al respecto, para definir un sujeto y su puesta en escena dentro de un contexto determinado no basta con identificar las formas de dominación o subordinación a las

que se enfrenta, sino que requiere reconocer sus posibilidades de acción y transformación (Ema, 2004). Por lo tanto, la capacidad de actuar sobre las relaciones sociales y los contextos en los que se ubican con los elementos que determinan el tipo de articulaciones o desarticulaciones a través de los cuales se logran transformar los marcos legales, culturales, simbólicos que lo contienen y les permiten constituirse en actor (Giménez, 2006).

La articulación es entendida como un tipo de relación entre entidades que se modifican mutuamente, dando lugar a procesos organizativos y alianzas que reconozcan diferencias y complementariedades, pero también a la posibilidad de deshacer los vínculos que identifican como contradictorios. En ese sentido, la articulación es “re-construcción, porque no empieza de cero; co-construcción, porque no hay acción sin interacción entre varios diferentes; des-construcción porque introduce diferencias, no es meramente repetitiva” (Ema, 2004:14).

De manera complementaria, para entender la articulación es preciso analizar la relación entre agencia y estructura y su papel en la constitución del actor, en la medida que esta es intrínsecamente dialéctica, y por lo tanto, no es posible analizarlas de manera fragmentada. Por un lado, la estructura incide en los recursos y capacidades de los que dispone el actor y por lo tanto, influye en su “capacidad de actuar” y su “capacidad de saber”. La agencia, entonces “se refiere no a las intenciones que la gente tiene en hacer cosas, sino a su capacidad de hacer esas cosas en primer lugar [...] a los eventos de los cuales un individuo es un autor, en el sentido de que un individuo podría, en cualquier fase de una secuencia dada de conducta, haber actuado de manera diferente” (Giddens, 1986: 9).

De acuerdo a los contextos específicos en los que se ubican, los actores plantean demandas individuales y colectivas dando lugar a la emergencia de equivalencias en otros actores (Laclau, 2005), inaugurando articulaciones que permitan consolidar escenarios para la formación colectiva de voluntades (Gramsci, 1975). “En ese sentido importa precisamente investigar cómo se forman las voluntades colectivas permanentes y cómo tales voluntades se proponen fines concretos inmediatos y mediatos, es decir, se proponen una línea de acción colectiva” (Gramsci, 1975:85). Es acá donde las

articulaciones cobran un sentido práctico para la transformación de las problemáticas y necesidades que expresan sus actores, a partir de la búsqueda de estrategias que permitan integrar particularidades de cada experiencia con el objetivo de generar procesos hegemónicos alternativos.

Es necesario entonces ahondar en la acción colectiva como el mecanismo a través del cual un grupo de personas que comparten intereses comunes, se organizan en estructuras formales o informales con el objetivo de diseñar acciones movilizadoras bajo determinadas condiciones sociales, políticas y económicas que incidirán en la configuración de dichas acciones (Tilly, 1978). Para que surja una acción colectiva es necesario identificar intereses compartidos, individuales (mejorar los ingresos, ampliar la producción, abastecer un mayor número de mercados) o colectivos (enfrentar el control y concentración de los procesos productivos, transmitir demandas y reivindicaciones en escenarios de participación política), Asimismo, es necesario la organización de sus participantes en una estructura que logre la implementación de mecanismos de decisión y participación, con el objetivo de transitar de la reflexión y la auto-organización a la acción, en la que se logran crear y reforzar vínculos y articulaciones con otros actores sociales. Y finalmente, identificar que los intereses comunes, la organización y la acción, se dan en un contexto político, social y cultural determinado, el cual influirá en el tipo de acciones y formas organizativas que se dinamicen (García, M. 2013).

Para Giddens (1979) situar las acciones en un lugar y contexto determinado habilita la posibilidad de atribuir responsabilidad y consecuencias, lo cual permite indagar en “quién” está participando y “qué” efecto genera, y “cómo” lo está haciendo, es decir, bajo qué lógicas, principios y acuerdos, en diferentes momentos y bajo diversas circunstancias y su incidencia en las consolidación de actores, acontecimientos, prácticas y demandas dentro de un territorio determinado.

La posibilidad de transformación que está presente en las acciones de los actores, implica que la estructura en la que se encuentran inmersos, no es rígida y por lo tanto, actuar supone modificar relaciones. “Lo importante no son las filiaciones, sino las

alianzas y las aleaciones; ni tampoco las herencias o las descendencias, sino los contagios, las epidemias, el viento” (Deleuze y Parnet, 1997:79).

Las demandas, reivindicaciones o estrategias de los actores adquieren diversos sentidos en la medida que enfrentan, resuelven y descubren nuevos obstáculos, oportunidades y vínculos. De allí que se expresen de formas diversas, las cuales pueden estar representadas en la incidencia política a través de la participación en el diseño de políticas públicas, en la reivindicación del campesinado, en espacios de formación política que generan mayor cohesión entre los sujetos, en la defensa de la tierra y el territorio, en el rescate de alimentos y recetas tradicionales, en las formas de transmisión del conocimiento o en la afinidad con luchas y reclamos más amplios.

Este tipo de expresiones se fortalece a partir de la posibilidad de integrar espacios en los que convergen diversos actores sociales en torno a determinadas formas de entender la política y el ejercicio del poder, dando lugar a la conformación de nuevas expresiones organizadas de lucha que procuran redefinir su participación en el espacio público (Castro-Gómez, 1996:29). A estas formas organizativas Borda (1987), entre otros autores, las han denominado Nuevos Movimientos Sociales (NMS). Castro-Gómez (1996) los describe como organizaciones ciudadanas en busca de un poder alterno que les permita decidir autónomamente sobre formas de vida y de trabajo que respondan a sus necesidades más personales. Además de expresar una evidente desconfianza en lo político-formal, en el estado-nación, en los partidos políticos, la democracia representativa, el sistema económico internacional, la legalidad del poder público, entre otros aspectos.

En este contexto, se da la construcción de un espacio público en donde emergen distintas expresiones de solidaridad, organización, participación y diálogo, en donde la aparición de redes horizontales guiadas por principios y valores de justicia, respeto, reciprocidad buscan sustituir las redes verticales del poder político. “Los NMS representan una descentralización del poder político, en el sentido de que las soluciones a problemas concretos no son dictadas desde algún tipo de instancia "central", sino que se apoyan en decisiones tomadas al interior de pequeñas agrupaciones ciudadanas” (Castro-Gómez, 1996:30).

Al respecto, no propiamente como un movimiento social, pero si con algunas de las características mencionadas, ubicamos los procesos organizativos protagonizados por campesinos y campesinas alrededor del mundo, quienes a partir de estrategias y mecanismos de participación diversos vienen reafirmando y adaptando sus prácticas, lógicas, estrategias y acciones en función de la recuperación de espacios físicos y simbólicos de los que han sido desplazados o que les han sido negados. Para ello a continuación abordamos el análisis del campesinado con la intención reafirmar su heterogeneidad y por lo tanto, las múltiples respuestas que diseñan a los problemas y objetivos individuales y colectivos que se plantean.

2.2.1 El campesinado

El objetivo de este apartado es reconocer la importancia y vigencia del campesinado en contextos caracterizados por la hegemonía del capitalismo desde donde recurrentemente se ha sugerido su desaparición y su incapacidad de producir alimentos para una población cada vez mayor. Para cumplir ese objetivo, es relevante comenzar por mencionar que cerca de la mitad de la población mundial es o convive en el mundo campesino y por lo tanto asumir su desaparición implicaría desconocer las expresiones de resistencia, lucha y movilización organizada a nivel mundial en torno al campesinado (Bascuñan, 2009). Además, diferentes sectores de la población se han articulado a este tipo de luchas y reivindicaciones, reconociendo las consecuencias del modelo del agronegocio dentro de la configuración de los sistemas alimentarios locales y sus efectos en las etapas del proceso productivo.

A lo largo del siglo XVIII y XIX surgieron aportes dentro del pensamiento social agrario, entre los que se encontraban posturas enfrentadas en torno al papel del campesinado en la estructura social y su capacidad de resistir o sucumbir ante los procesos de industrialización, privatización, mercantilización y urbanización como resultado del triunfo del capitalismo. Dichos debates se han venido nutriendo del diálogo entre los autores que plantearon algunos de las polémicas más recurrentes (Marx, Lenin, Chayanov, Kautsky, Mariátegui) y otros que han aportado elementos a partir de evidencias y análisis más recientes (Sevilla, Toledo, Gonzales, Bernstein, Ploeg, entre otros). Dentro de estas discusiones, sobresale la influencia de los escritos de Karl Marx,

y las interpretaciones y análisis que suscito el hecho de considerar la agricultura como una rama de la economía industrial, idea retomada por Lenin quien reafirmó la percepción del campesinado como un residuo anacrónico que ante el progreso económico tendería a su desaparición (Shanin, 1984). Esta postura, contrasta con los aportes de Chayanov, caracterizados por la defensa de la importancia del campesinado y su capacidad de adaptación en las diferentes etapas del proceso histórico.

Estas corrientes de pensamiento se ubican entre dos posturas definidas por quienes defienden la presencia del campesinado: los campesinistas (Chayanov), y quienes sugieren su extinción, descampesinistas (Lenin, Kautsky), posturas que se han ido transformando en función del papel del campesinado a través de la historia (Sevilla y Woodgate, 2013). Las posturas emergentes deben ser entendidas a partir del dinamismo del campesinado y de las estructuras sociales en las que se ubican las y los campesinos. De allí la importancia de reconocer el lugar de enunciación de las discusiones, aportes y debates que suscita el papel del campesinado (Bernstein, et. al. 2018) y más aún el contexto histórico, social, político y económico, a partir del cual se plantean las discusiones. En ese sentido, el campesinado no puede ser entendido bajo el mismo marco de referencia de los aportes tradicionales, así como tampoco su extinción puede ser explicada desde las discusiones de la economía neoliberal.

En ese diálogo entre posturas diversas, vale la pena mencionar aquellas que si bien no sugieren la extinción del campesinado, cuestionan el carácter idealista de aquellos que aseguran que el campesinado continua vigente. De acuerdo con Bernstein (2014) los datos que soportan las posturas campesinistas en cuanto a la magnitud y relevancia numérica del campesinado existente en el mundo, se basan en cifras que corresponden a categorías lo suficientemente amplias como para pensar en la vigencia indiscutible del campesinado, pero además sugiere que muchos de los casos emblemáticos que soportan dichas cifras no corresponden a la realidad del campesinado a nivel mundial.

Frente a las diversas posturas que se puedan identificar cobran sentido los aportes de Mariátegui (1979), planteados desde el contexto indígena peruano, pero que se adapta a las discusiones en torno al campesinado. Mariátegui menciona que los aportes generados en torno al campesinado solo nos pueden ofrecer interpretaciones parciales

frente a los temas que le oprimen, de allí la importancia de construir espacios de diálogo que puedan llevar al campesinado a ser sujeto y protagonista de sus propias luchas, para Mariátegui esto significaba poder escribir su propia historia. Para este autor la forma en que se debían dar las luchas y reivindicaciones debía estar integradas orgánicamente a las realidades de los sujetos, por lo tanto, la comprensión de las realidades solo pueden tener lugar a partir de una dialéctica que integre elementos históricos, sociales, políticos, económicos, estéticos y culturales y su relación con el campesino.

Las principales discusiones y eje de las disputas teóricas han girado en torno a la forma en que son interpretados los efectos de la industrialización en la agricultura campesina y su contribución al desarrollo de la sociedad (Ploeg, 2015). La pregunta que surge es si el campesinado está condenado a desaparecer ante el creciente proceso de mercantilización o si por el contrario, cuenta con mecanismo de resistencia política y recursos de producción ecológica que le ayuden a consolidarse como un modelo económico y social alternativo a la agricultura neoliberal y la globalización económica (Petras y Veltmeyer, 2001).

La emergencia de las experiencias que integran esta investigación, si bien no pretenden ser una generalización, aportan elementos para visibilizar la capacidad del campesinado para resistir y continuar vigente en diferentes contextos y bajo diversas presiones sociales, política y económicas. Coincidimos entonces con algunos autores que sugieren por un lado, cambiar el sentido de la pregunta en torno a la desaparición del campesinado, para explicar cómo a pesar de la presión que ejerce el modelo agroindustrial, el campesinado continúa vigente y cada vez más presente (Palerm, 1980). Por otro lado consideramos importante reconocer que el campesinado se caracteriza por su dinamismo y por lo tanto sus procesos son cíclicos, lo que quiere decir que la evidencia empírica en diferentes momentos y lugares dará lugar a nuevas interpretaciones (Ploeg, 2010).

Un elemento determinante para comprender el tipo de discusiones que giran en torno al campesinado está enmarcado en las lógicas y paradigmas sobre los cuales se plantean los argumentos más relevantes. Para ello es importante mencionar las diferencias entre

el paradigma de la cuestión agraria (lógica campesina) y el paradigma del capitalismo agrario (lógica capitalista) y por lo tanto el lugar desde el que se busca entender e interpretar las decisiones, prácticas y relaciones del campesinado (Mançano, 2014).

Por un lado, el paradigma de la cuestión agraria “tiene como punto de partida las luchas de clases para explicar las disputas territoriales y sus conflictualidades en la defensa de modelos de desenvolvimiento que viabilicen la autonomía de los campesinos” (Mançano, 2014:25), al tiempo que entiende que los problemas agrarios se insertan dentro de la estructura del capitalismo, de modo que la lucha contra el capitalismo es la perspectiva de construcción de otra sociedad. Al mismo tiempo, la lógica campesina es una búsqueda de atender las necesidades de la familia, con base en la circulación simple de mercancías -vender para comprar (Da Silva, 2014, Shanin 1979; Wolf 1975; Sevilla y Pérez ,1976).

Por otro lado, para el paradigma del capitalismo agrario, “las desigualdades generadas por las relaciones capitalistas son un problema coyuntural y puede ser superado por medio de las políticas que posibiliten la “integración” del campesinado o “agricultor de base familiar” al mercado capitalista” (Mançano, 2014:26), transformando la lógica campesina en función de la búsqueda del lucro -comprar para vender.

Frente a estas dos posturas, cobra relevancia la capacidad del campesinado para resistir y permanecer ante contextos hostiles, lo que significa que “los campesinos no sólo afirman su modo de producir y de vivir como distinto de aquel impuesto por la dominación-hegemonía capitalista, sino que sugieren, en el cotidiano de su reproducción social, que otro proceso civilizatorio es necesario para que la relación hombre-naturaleza sea redefinida” (Carvalho, 2012:8).

Para ello, la forma en que se interpreta la relación del campesino con la tierra es relevante, en la medida que es allí donde se juega la diferencia entre diversas formas de producir, conservar, valorar y relacionarse con el entorno. Muchas de las definiciones más aceptadas incluyen la posesión de la tierra como un aspecto necesario para el campesinado, sin embargo, este elemento se funda sobre la intención de definir al campesinado desde una dimensión económica, negando uno de los mayores problemas para el campesinado: el acceso a la tierra y su relación con ella. Así, para

autores como Wolf (1975) lo que define al campesinado no es la posesión de la tierra, sino la pérdida del control sobre ella.

Definir, nombrar y/o referirse al campesinado requiere de un enfoque que recupere y reconozca el lugar que han ocupado a lo largo de la historia, el cual no se puede entender sin explorar la evolución de su pensamiento y por lo tanto de sus prácticas en forma dialéctica, “ ... primero como resultado de transformaciones en el mundo exterior, y segundo, con base en el aprendizaje interno y el intercambio de experiencias y diálogos de saberes que tienen lugar dentro de los movimientos a medida que interactúan entre sí y con el mundo” (Rosset, 2016:1). Por lo tanto, el campesinado no se puede explicar sino a través de las relaciones y contradicciones que caracterizan el presente, su presencia no puede estar sometida exclusivamente a criterios productivos -tierra, salario- sino que debe incluir vínculos comunitarios e identitarios, formas de expresión política, comportamientos y experiencias sociales, luchas y reivindicación, y una cultura específica vinculada a la ética de la subsistencia y no al del beneficio y consumo capitalista (Ploeg, 2010).

El proceso histórico que ha vivido el campesinado (en diferentes lugares y momentos) se refleja en la forma en que sus luchas han pasado de ser luchas por la tierra, es decir por la demanda y propiedad de tierras, a ser luchas por el control del proceso productivo, por la autogestión económica y política “con ello se pasa también de la autogestión económica y política al control cultural, entendiendo este como la capacidad de decisión sobre los elementos culturales (materiales, de organización, de conocimiento, simbólicos y emotivos)” (Toledo, 1992:46).

Este tipo de transformaciones permite reconocer en el campesinado su capacidad de agencia dentro de los contextos sociopolíticos e históricos en los que se ubica, lo cual le ha permitido reaccionar a los límites de información, incertidumbre y otras restricciones físicas, normativas y/o político-económicas, a partir de la interpretación individual y colectiva de las acciones propias y de los actores externos (Long, 2007). Y por otro lado afianza la construcción de su autonomía relativa frente al capital, esto es la negación del modo de producción capitalista, lo que para Carvalho (2012:3) constituye “el

despertar de la conciencia campesina de que su modo de producir y de vivir se encuentra en contradicción con el modo de producción capitalista”.

Carvalho (2005:170), además de mencionar el acceso a recursos naturales (sea posesión o uso), resalta como eje central del campesinado, el hecho de que el trabajo está centrado en la fuerza de la familia -la familia se refiere a quienes viven bajo un mismo techo y/o comen “de la misma olla”, no necesariamente la familia biológica (Wolf, 1955)- aunque puedan contratar servicios temporales y/o prestar servicios a terceros. Esto significa que el trabajo no está movilizado por el mercado laboral sino proporcionado por la familia y usado en su propia finca. Adicionalmente, “como no se paga sueldo, las ganancias no se pueden calcular, por lo tanto los principios ordenadores que gobierna la economía capitalista, no son aplicables a la agricultura campesina” (Ploeg, 2015:44), es decir que “la reproducción social de la unidad de producción campesina no es movida por el lucro, sino por la posibilidad creciente de mejoría de las condiciones de vida y de trabajo de la familia” (da Silva, 2014:26). Por ende, la centralidad de la reproducción social está en la familia y la garantía continua de su reproducción y de la posesión sobre los medios de producción (tierra y trabajo, principalmente).

Da Silva (2014) plantea tres teorías en las que se resumen las discusiones frente al campesinado y desde donde emergen otros planteamientos que ponen en juego las definiciones y percepciones frente al campesinado: la teoría del fin del campesinado, la teoría de la metamorfosis campesina y la teoría del fin del fin del campesinado.

La teoría del fin del campesinado, describe su fin a partir de dos eventos, en el primero, el campesino pierde los medios de producción y proletariza, pasa a vender su fuerza de trabajo en el campo o en otro tipo de actividades, generalmente en la ciudad. La otra posibilidad, parte de la ampliación de su acumulación económica, la cual se refleja en los medios de producción y pasa a proletarizar parte de las familias que perdieron sus medios de producción (Da Silva, 2014:45).

La teoría de la metamorfosis del campesinado, afirma que la utilización de mano de obra familiar no va a desaparecer, pero la forma campesina sí lo hará. El campesino tendrá que transformarse en un agricultor familiar, o sea, asumir la tecnología,

especializarse en algún ramo de la producción e integrarse a la industria. Dejándole dos opciones, o se transforma en agricultor familiar moderno o continúa en su “atraso” (Da Silva, 2014). Frente a este proceso, “el campesino transformado en agricultor familiar pierde su historia de resistencia, fruto de su tenacidad y se torna un sujeto conformado con el proceso de transformación que pasa a ser un proceso natural del capitalismo” (Carvalho, 2005:25). Su capacidad de incidencia política, territorial y su capacidad de transformación de la realidad se agota en la búsqueda de esa nueva categoría dictada por el modelo de desarrollo y la lógica de producción agroindustrial, posicionándolo como un “aliado” de la industria sin capacidad de reacción, negociación, ni agencia. Su comportamiento y racionalidad será la de un agente económico “racional”, reduciendo las posibilidades de constituirse como sujeto social articulado con otros actores y reivindicando procesos, prácticas y conocimientos. De allí la importancia de reconocer el efecto que tiene la forma en que se nombran las prácticas, los actores, los lugares y el tipo de relaciones que se consolidan. En ese sentido, Palerm (1980) y Ploeg (2010) sugiere definirá las cosas por lo que son y no como negación de lo que definitivamente no son, es decir, definir al campesino a partir de una carencia, o aun no siendo un empresario, o un agricultor familiar, o en estado de desaparición, es definitivamente deficiente.

Tanto la teoría del fin del campesinado como la teoría de su metamorfosis, se distancian tanto analíticamente, como de las realidades que desean explicar, porque se analiza al campesinado y a la unidad económica campesina desde el paradigma del capitalismo agrario, desconociendo que el campesinado se caracteriza por un modo de ser y de vivir, no capitalista, aunque inserto en la economía capitalista (Ploeg, 2015 y 2009; Carvalho, 2005; da Silva, 2014). “El concepto de campesinado nació antes de la existencia del capitalismo, de modo que esta relación social y forma de organización del trabajo y de la producción puede ser familiar, comunitaria, asociativa, cooperativa, pero nunca es capitalista” (Mançano, 2014:20). Como advirtió Locke (1982:342) “en las discusiones por palabras los hombres [y las mujeres] avanzan bien poco en el descubrimiento de verdades y en el conocimiento de las cosas como son en sí misma y no en nuestra imaginación”. Es decir, que en este caso, al campesinado solo se le podría definir a partir de su reafirmación como sujeto a través de la historia, de sus

expresiones de defensa y lucha y de los procesos organizativos y reivindicativos que protagoniza en torno los intereses individuales y colectivos que ve vulnerados.

La teoría del fin del fin de campesinado reivindica la presencia del campesinado a través del tiempo, encontrando formas de cooperación y creando un espacio propio dentro del capitalismo por lo cual resiste (Da Silva, 2014). En ese sentido, como menciona Ploeg (2015:35) las granjas campesinas son parte del sistema capitalista, son “una parte inquieta, es la cuna de la resistencia que produce alternativas que actúan como una crítica permanente de los patrones dominantes. Va donde las granjas capitalistas no pueden ir”. La agricultura campesina es “anaeróbica” (Paz, 2006) puede sobrevivir sin el oxígeno de rentabilidad que necesita, desesperadamente, la agricultura corporativa (Ploeg, 2015).

Esto ha repercutido en una transformación de las prácticas y actividades tradicionales, en el desarrollo de estrategias de sobrevivencia y en la intensificación de actividades no agrícolas remuneradas o pluriactividad (Grammont, 2009). Estas estrategias se pueden entender de diversas formas, “como acciones sociales reactivas o defensivas de individuos que desde su cotidianidad, en contextos urbanos y/o rurales- son capaces de hacer frente silenciosamente (de manera más o menos “consciente”) a la pobreza (Moguel y Moreno, 2005).

Dentro de las estrategias del campesinado, la pluriactividad suele ser la más recurrente, ya que generalmente busca complementar los ingresos, así como obtener fondos que les permitan invertir en el mejoramiento o sostenimiento de la finca y de la familia. De acuerdo con Ploeg (2010:62) “gracias a que se dedican a varias actividades se puede evitar la dependencia a circuitos bancarios y prestamistas” lo cual tiene beneficios financieros en el futuro, evitando el pago de intereses o la pérdida de la propiedad, las maquinas, herramientas, entre otras.

Algunos análisis y teorías han interpretado los fenómenos de pluriactividad y trabajo migratorio como una fase más en la desaparición del campesinado (como la teoría del fin del campesinado). Si bien, el éxodo rural puede tener implicaciones en las actividades agrícolas, principalmente por el abandono del campo y la ausencia del relevo y la complementariedad generacional (no solo es cuestión de reemplazar sino de

transmitir el conocimiento), la evidencia mostrada en diferentes regiones del mundo (Ploeg y Ye, 2010) es que este proceso es cíclico y podrán contribuir al renacimiento de la agricultura en el campo a medida que existan las garantías para retornar.

Para Ploeg (2010:109) lo que estamos observando en las estrategias de sobrevivencia y en las actividades no agrícolas es, en primer lugar, un mecanismo de defensa para sobrevivir como campesino, bajo condiciones severas. En segundo lugar, durante siglos y en todos los continentes, las economías campesinas han mostrado este fenómeno, no es el comienzo de un adiós definitivo, sino más bien una característica que retorna periódicamente y que nos cuenta algo sobre las interrelaciones entre el sector campesino y la economía en general; y, por consiguiente, sobre los niveles de pobreza que sufre el campesino. Al respecto McMichael (2015a:247), describe los movimientos y formas de organización campesina como “una crítica general del capitalismo neoliberal y su régimen alimentario. Combina una crítica de la producción y también de las relaciones de circulación en el régimen alimentario industrial”. Introduce el concepto del régimen agroalimentario corporativo –que abordaremos en la siguiente sección– para referirse al proceso de mercantilización, característica principal de la sociedad de mercado.

Actualmente estas estrategias buscan hacer frente al modelo de desarrollo dominante que ha desplazado al campesino de sus tierras, sus actividades y sus prácticas. También generado por la exclusión económica, la falta de garantías para participar de los circuitos de comercialización y los mecanismos de explotación por parte de la industria agroalimentaria. Es necesario identificar, “si tales cambios corresponden a una etapa de transición, a una crisis o a una nueva fase de desarrollo, para saber si se trata de procesos coyunturales o estructurales, básicamente con el fin de entender cómo pueden los sujetos sociales enfrentar estas transformaciones que les son claramente adversas” (Rubio, 2002:23).

En diferentes momentos y lugares estos procesos adversos han dado lugar a la emergencia de nuevos movimientos y grupos organizados que buscan reivindicar la importancia del campesinado (incluyendo en muchas ocasiones demandas de grupos indígenas, afrodescendientes y desplazados). Ejemplo de ello son las organizaciones

intrarregionales de campesinos que superan las barreras del estado y grupos internacional de apoyo, entre estos sobresale la Coordinadora Latinoamericana de Organizaciones del campo (CLOC), la Asociación de Organizaciones Campesinas Centroamericana para la Cooperación y el Desarrollo (ASOCODE), el Movimiento de los campesinos sin tierra (MST), el movimiento de los cocaleros en Bolivia, el movimiento indígena en Ecuador, así como las mingas indígenas y campesinas que han motivado paros agrícolas de gran magnitud en Colombia, entre otras organizaciones y expresiones nacionales y regionales. Además de la Vía Campesina (LVC) que ha conseguido ser escuchada y participar activamente en diversos espacios de discusión en representación de más de 150 organizaciones de campesinos, trabajadores sin tierra, comunidades indígenas a nivel mundial (Moyo, 2008, Bascuñán, 2009).

De manera paralela a este tipo de manifestaciones organizativas del campesinado, en las prácticas cotidianas se dan formas de resistencia representadas en la mejora de los campos de cultivo, cuando construyen un sistema de irrigación comunal, en las maneras de hacer estiércol “bueno”, la creación de nuevas unidades de producción, en la participación de espacios de comercialización que recuperan valores y principios de solidaridad, respeto y justicia, así como en la búsqueda de canales de comercialización favorables (Ploeg, 2010, 2015). Estas prácticas, son cada vez más el vehículo mediante el cual se expresa y organiza la resistencia, y mediante el cual la organización campesina se puede transformar en el principal movilizador para volver al campo, a partir de los entrelazamientos, diálogos e intercambios que se dan entre los actores involucrados.

Finalmente, el campesinado dentro de sus múltiples estrategias de producción, distribución y consumo ha venido articulando esfuerzos en diferentes contextos que les permite, en primera instancia, resolver algunas de sus necesidades, pero que a partir de dicha articulación se transforma en sujeto con capacidad de plantear demandas y convertirlas en un discurso político que en diferentes escalas del tiempo y el espacio provoca transformaciones en la relación campo-ciudad, en los procesos productivos y en el diseño de política pública, entre otras. Así como también, reconocer la diversidad y la forma en que articulan diversas experiencias va generando la emergencia de formas campesinas que quizá no se han descrito, o que quizá están recuperando la

cultura asociativa que tiene que ver con recuperar la memoria solidaria de los pueblos originarios.

2.3 La disputa por los procesos productivos desde lo local

La situación del campesinado, como mencionamos en el apartado anterior, se ha caracterizado por una larga lucha por la defensa de sus prácticas, cultura e identidad, las cuales se ponen en duda reiteradamente, a raíz del avance de la industria agrícola. Así como este fenómeno se agudiza cada vez más, los procesos organizativos campesinos, con sus diferentes expresiones, se reinventan y fortalecen a partir de nuevas y renovada demandas y reivindicaciones. Una de ellas, y quizá la más recurrente, se ubica en la transición del tipo de luchas que ha experimentado el campesinado, de manera particular ubicadas en el contexto mexicano contemporáneo y denominada como las luchas por el “control del proceso productivo”.

De acuerdo con Toledo (1992) el campesinado ha transitado de las luchas por la tierra, caracterizada por el derecho a un medio de producción (tierra) y por el planteamiento de demandas jurídico-agrarias, a la lucha por el control del proceso productivo, cuyos objetivos planteaban la necesidad de alcanzar mayores grados de autonomía y autogestión política y económica. Adicionalmente, este autor identifica un tercer tipo de lucha, ecológico-política en la cual cobra importancia la cultura y la cosmogonía campesina, caracterizada por la autogestión y la autonomía político-económica, por la defensa de la naturaleza, la crítica al modelo de desarrollo, y el rescate de valores y principios de solidaridad entre diversos actores.

Este tipo de cambios en torno a la demandas del campesinado se entienden a partir del efecto que tiene el modelo agroalimentario dentro de sus relaciones y prácticas productivas. Por lo tanto, los fenómenos de desplazamiento, pérdida de autonomía frente la producción, distribución y consumo, e incluso el abandono del campo por parte de los jóvenes, se dan en el marco de relaciones caracterizadas por el control y concentración de la tierra, los insumos, los canales de comercialización y hasta las decisiones de consumo que se organizan a partir un régimen agroalimentario definido por la presencia de grandes capitales y actores corporativos dentro de la agricultura. Como veremos a continuación, este escenario ha sido resultado de múltiples acuerdos

y relaciones geopolíticas que niegan y buscan la homogeneización de los procesos productivos, con o sin campesinos.

2.3.1 Regímenes y sistemas agroalimentarios

La distinción entre régimen alimentario y sistema alimentario sirve para entender la escala en la que se ponen en juego las relaciones de poder, los vínculos y las articulaciones que giran en torno a la producción de alimentos. El primero se define a partir del “ordenamiento del mundo y el comercio agroalimentario” (McMichael, 2015a:15), mientras que los sistemas agroalimentarios, pese a estar expuestos a dicho ordenamiento, y en ocasiones ser parte activa, también son el escenario de procesos locales y regionales por los que circulan alimentos, información, personas y estrategias.

Los procesos productivos se componen de las etapas de apropiación, producción, distribución y consumo, las cuales pueden ser analizadas a partir de las formas en que han sido ordenadas, disputadas y legitimadas las relaciones productivas en el tiempo y en el espacio (McMichael, 2012). Diversos aportes a la discusión sobre estos temas identifican y describen escenarios definidos por “estructura de producción y consumo de alimentos en escala global y gobernada por reglas” (Friedmann, 1993: 30), es decir por regímenes alimentarios que describen cómo los circuitos alimentarios se unen y transforman diferentes culturas a partir de su mercantilización.

En términos generales, basado en los aportes y diferencias de autores como Friedman, McMichael, Bernstein, entre otros, entendemos los regímenes agroalimentarios como procesos políticos y económicos de escala global que determinan el tipo de relaciones y prácticas que giran en torno a los procesos productivos, incluyendo las relaciones y condiciones en las que se acopian, transforman, empaacan, embalan, distribuyen y consumen los alimentos. McMichael (2015a) identifica tres regímenes agroalimentarios que han determinado el tipo de acuerdos y relaciones comerciales que giran en torno a la producción de alimentos a nivel mundial. El primer régimen se concentró en el Reino Unido (1870- 1930) y se caracterizó por la expansión de la frontera agrícola para la acumulación de capital. Este periodo significó la “integración de la industria mundial y de la agricultura mundial a través de la forma del precio, con efectos significativos en las clases sociales” (McMichael, 2015:50). Esto permitió la vinculación de la agricultura

con la industria como sectores complementarios de la economía (Friedmann y McMichael, 1989) estimulado por la revolución del transporte y de manera particular la invención y difusión del ferrocarril, lo cual permitió ampliar en gran medida la escala del comercio internacional en las mercancías agrícolas Bernstein (2012).

El segundo régimen alimentario, dominado por Estados Unidos, se consolidó después de la segunda guerra mundial y duró hasta los años 70 (McMichael, 2015b). Dentro de estas estrategias se “combinaron programas nacionales que consolidaron una forma de agricultura intensiva-capitalista basada en la especialización de commodities, especialmente granos básicos” (McMichael, 2015a:54). Esta forma de agricultura que se acompañó de subsidios y apoyos para los productores norteamericanos derivó en un excedente de alimentos, los cuales fueron destinados a alimentar -además de personas- “políticas de contención” que permitieron distribuir los excedentes a países del sur en forma de ayuda alimentaria (McMichael, 2015b).

La estrategia productiva de Estados Unidos estuvo basada en la transición hacia el uso intensivo de fertilizantes químicos, transformando radicalmente cada una de las etapas del proceso productivo. El uso de este tipo de fertilizantes junto con la mecanización incrementó “la dependencia agrícola del sector energético, y por lo tanto convirtió a este último más que nunca en una parte del agronegocio” (Cleaver, 1977:17, citado por McMichael, 2015a:56).

Este proceso agroindustrial se consolidó por la llamada “revolución verde” bajo el amparo de grandes corporaciones. La revolución verde se caracterizó por el desarrollo de semillas híbridas de alto rendimiento, y suministros industriales -fertilizantes, herbicidas, pesticidas, irrigación, mecanización y monocultivo- para aumentar la producción y el consumo. De acuerdo con Bascuñan (2009) el mayor beneficiario de esta revolución no fue la población hambrienta, sino las grandes compañías petroleras, petroquímicas y automovilísticas, cuyos fertilizantes, insecticidas y tractores se necesitaban para cultivar y hacer crecer las nuevas semillas. Por otro lado, esta “revolución” incentivó la concentración de la tierra a raíz de las deudas adquiridas por los campesinos con el objetivo de financiar el cambio de cultivos (Petras, 2000). Los medios para este fin contemplaban esquemas de crédito, subsidios para fertilizantes,

facilidades para la comercialización vía infraestructura de transporte y precios “administrados” por los gobiernos (Bernstein, 2012).

En síntesis, la revolución verde actuó como una solución técnica que permitió aumentar la productividad sin la necesidad de redistribuir la tierra, y sin solucionar el problema del hambre, con el agravante que los reclamos por la reforma agraria y la redistribución de la tierra fueron contenidos a través de estrategias diversas, cooptación de líderes, represión, control de expresiones organizativas, entre otras. Además, varios “alimentos campesinos” fueron reducidos a malas hierbas y convertidos en objetivos de los herbicidas, afectando la soberanía alimentaria de los pueblos, es decir de su capacidad de decidir sobre sus unidades de producción, pero ondeando la bandera de la seguridad alimentaria donde sin importar los medios, ni los efectos, se pretendía garantizar la alimentación a una población cada vez mayor (Shiva, 1991)

El tercer régimen alimentario (1980 - actualidad) es nombrado por varios autores como régimen corporativo (McMichael, 2012), régimen alimentario multilateral de comercio (Friedmann, 2005) o como imperios alimentarios según Ploeg (2010). La forma en que se nombra al tercer régimen, expresa la participación de organismos internacionales como la Organización Mundial del comercio (OMC) o el Fondo Monetario Internacional (FMI), junto con iniciativas privadas en las etapas del proceso productivo y el desplazamiento de mercados domésticos a mercados globales en el marco de la globalización, el libre comercio y las formas de reestructuración del capital a escala mundial (Bernstein, 2012). Este fenómeno facilitó la participación de las corporaciones como “los principales agentes (globales) en intentar organizar condiciones estables de producción y consumo que les permitiera planear la inversión, orígenes de los materiales agrícolas y su mercantilización” (Friedmann, 1993:52)

A diferencia de los dos regímenes anteriores, en este se refuerza la relación de la agricultura con los mercados internacionales, afectando a pequeños y medianos productores (ya no solo campesinos) quienes deben enfrentar los precios del mercado mundial, fruto de la globalización y liberalización comercial, caracterizado además por mercados subsidiados y monopolizados, tratados de libre comercio desfavorables y ausencia de apoyos y garantías para su reproducción social y económica. Estas

realidades desplazan y despojan a campesinos y campesinas de sus unidades de producción dando lugar a lo que Harvey (2004) denominó “acumulación por despojo”.

Lo anterior, contrario a una de las premisas del régimen corporativo frente a la posibilidad de alimentar a la población mundial con dichas prácticas, genera procesos de insuficiencia alimentaria en muchas regiones del planeta. Según McMichael (2015a:90): “La paradoja del régimen alimentario corporativo es que, así como se presenta como la condición para la seguridad alimentaria, causa la miseria de las poblaciones -especialmente las rurales- a través del ejercicio del poder del monopolio. La consecuencia perversa de la integración a los mercados mundiales es la exportación de la privación, ya que los mercados ‘libres’ excluyen y/o matan de hambre a las poblaciones desposeídas”.

Esta aproximación a los regímenes alimentarios sirve para comprender el contexto sobre el cual se han afianzado relaciones de producción, distribución y consumo en términos generales. Sin embargo, al mismo tiempo, sirven para comprender la forma en que pequeños y medianos productores, intermediarios y consumidores han sido excluidos y forzados a participar en un modelo agroalimentario que devasta ambientalmente, invisibiliza culturalmente y niega la oportunidad de participar a quienes no poseen las herramientas para competir.

Las experiencias que se analizan en este trabajo se ubican en escenarios locales regidos por lógicas, prácticas y discursos que se oponen a las presiones ejercidas por el régimen corporativo. Recuperamos la definición de sistema agroalimentarios planteada por Malassis (1979), quien lo define como “el conjunto de las actividades que concurren a la formación y a la distribución de los productos agroalimentarios y, en consecuencia, al cumplimiento de la función de la alimentación humana en una sociedad determinada” Malassis, 1979, citado por Sevilla et. al., 2012: 23). Esta definición permite visibilizar las actividades que se dan en contextos determinados, sin desconocer las presiones que ejerce el modelo social, político y económico a escalas más amplias.

Al referirnos a sistemas agroalimentarios estamos reconociendo que bajo un mismo régimen los procesos productivos se pueden organizar de formas diversas, respetando

las particularidades y características de cada contexto y de los actores, sujetos y redes que los dinamizan. El actual régimen agroalimentario se compone de sistemas agroalimentarios diversos, que dan lugar a la emergencia de sistemas agroalimentarios locales, que cuestionan y plantean transformaciones en distintos niveles, desde lo local a la regional y nacional principalmente, pero que también tiene expresiones más amplias, siendo La Vía Campesina el principal movimiento internacional que expresa las demandas de organizaciones campesinas alrededor del mundo (Borras, 2004; McMichael, 2006; Edelman, 2005; Rosset, 2011).

De acuerdo con la Vía Campesina, “La población del mundo atestigua hoy día un choque histórico entre dos modelos de desarrollo económico, social y cultural para la población rural del mundo. El contraste entre el modelo dominante –basado en la agroexportación, las políticas económicas neoliberales y el libre comercio-, y el de la soberanía alimentaria, no podría ser más extremo. [...] Mientras que desde la perspectiva de uno de ellos, la agricultura familiar resulta un anacronismo pintoresco pero ineficiente que debiera desaparecer con el desarrollo, el otro opina que el campesinado es la base de las economías locales” (Martínez y Rosset, 2011:51).

Este tipo de expresiones organizativas y sus principales demandas se manifiestan en diferentes contextos y con diferentes prácticas, disputando espacios físicos y simbólicos a través del diseño de estrategias diversas frente a la transformación de los procesos productivos. Además, estas experiencias, vienen planteando alternativas que dialogan y se retroalimentan de los postulados teóricos y prácticos frente a otras formas de hacer y pensar la economía y las relaciones que subyacen los procesos productivos desde los territorios en los que se ubican. Para ello, a continuación presentamos la relación que identificamos entre la transformación de los procesos productivos y el territorio, como el escenario en el que se disputan los intereses del campesinado.

2.3.2 La transformación de los procesos productivos y la importancia del territorio

En este apartado integramos el análisis de los procesos productivos y la forma en que se articulan dentro de los territorios en los que los campesinos desarrollan sus actividades. Reconocemos en este tipo de articulaciones diferentes formas de construir,

reconstruir y deconstruir los territorios desde prácticas y estrategias, que como veremos en los capítulos posteriores, disputan relaciones y espacios de poder.

Centrar el análisis en los sistemas agroalimentarios locales -sin perder de vista el contexto más amplio que los contiene- implica reconocer en primera instancia la importancia del lugar, del territorio, a partir del cual es posible definir, comprender y visibilizar los procesos de lucha y reivindicación campesina, social, alimentaria, que expresan un esfuerzo permanente por territorializar espacios urbanos y rurales de los que han sido excluidos o que les han sido negados al campesinado.

Haesbert (2013:25) sostiene que “no se puede definir el territorio sin hablar del poder y sin precisar a qué tipo de poder nos estamos refiriendo. Dependiendo del concepto de poder que se maneja, también cambiará el concepto de territorio”. Esto significa que pueden existir macroterritorios, que se expresan en este caso, a través de las lógicas del régimen agroalimentario corporativo, vinculado con las grandes estructuras dominantes. Pero también, se configuran microterritorios desde los cuales se expresan y manifiestan resistencias, luchas y reivindicaciones vinculados con aspectos económicos, sociales, políticos y culturales de sus participantes, es decir desde los sistemas agroalimentarios locales.

En la configuración de las relaciones sociales la posibilidad de generar diferentes territorios y espacios se establecen a partir de tensiones, conflictos y contradicciones que dan lugar a la emergencia de espacios de dominación y espacios de resistencia (Mançano, 2008). Este tipo de disputas territoriales se expresan en las dimensiones económica, social, política, cultural, teórica e ideológica sobre territorios tanto materiales como inmateriales (Mançano, 2009). De acuerdo con Rosset y Martínez, (2016), la disputa sobre territorios materiales se refiere a la lucha por acceso, control, uso y (re)configuración de tierra y territorio físico, mientras que el territorio inmaterial se ubica en el terreno de ideas o construcciones teóricas, sin embargo, no existe territorio material que no se encuentre entremezclado por territorios inmateriales. En ese sentido, “la disputa sobre los territorios tangibles y reales y los recursos que éstos contienen, necesariamente va de la mano con la disputa de las ideas o territorios inmateriales” (Rosset y Martínez, 2016:280)

Esta forma de entender el territorio y la posibilidad de enfrentar y disputar escenarios físicos y simbólicos en lo local, permite reconocer que “los territorios están siendo transformados aceleradamente por prácticas empresariales y actores que usualmente no se tipifican como rurales -por ejemplo, los relacionados con la minería o las zonas francas-, de tal manera que los proyectos en ejecución o que se planean pueden terminar siendo parte de otro juego sobre el cual no se tiene control local” (Machado, 2013:6). Este fenómeno podría ser interpretado por lo que Haesbert (2013) menciona como desterritorialización, en la medida que generalmente hacen referencia sobre aquellos grupos “que tienen menos control sobre sus territorios, ya que el control está fuera de su alcance o está siendo ejercido por otros” (Haesbert, 2013:12). Al mismo tiempo de acuerdo con este autor, la desterritorialización nunca puede dissociarse de la reterritorialización, y puede tener tanto un sentido positivo cuanto negativo, a partir de las [re]acciones de los sujetos frente a los procesos que los obligan a desplazarse, ya sea territorialmente o bien de sus prácticas, rutinas o espacios cotidianos.

La posibilidad de experimentar algún tipo de desplazamiento, da lugar a la construcción de nuevos territorios y en muchas ocasiones habilitan la conformación de redes que permiten diálogos e intercambios más amplios, en la medida que se pueden llegar a generar múltiples reterritorializaciones -como en el caso de los mercados-, revirtiendo de esta manera los efectos negativos de desterritorialización, resignificando el hecho de que para construir un nuevo territorio hay que salir del territorio en que se está, o construir allí mismo otro distinto (Haesbert, 2013).

Los sistemas alimentarios locales y la transformación de los procesos productivos pueden ser entendidos como una expresión de nuevos territorios que emergen como producto del desplazamiento y de la presión ejercida por el régimen agroalimentario. Por lo tanto, las estrategias que diseñan los grupos organizados de productores, consumidores e intermediarios pueden ser interpretados como una reterritorialización tanto del mercado como de las prácticas campesinas.

Adicionalmente, su emergencia en diversos contextos, da lugar a que se tiendan puentes de diálogos e intercambios de saberes y experiencias y al reconocimiento de problemas comunes, inaugurando articulaciones en redes diversas, tanto en los

microterritorios (compartiendo información sobre espacios de comercialización, intercambiando productos entre regiones, generando incidencia política en lo local) como en los macroterritorios (generando procesos más amplios de visibilización del campesinado, resistiendo a las grandes corporaciones, oponiéndose a los agroquímicos, entre otras expresiones).

Dentro de este tipo de expresiones ubicamos la transformación de los procesos productivos y la reivindicación del campesinado, a partir de la importancia que adquiere pensar estos procesos desde los territorios en donde se ponen en juego, lo que implica incluir al análisis aspectos negados e invisibilizados, así como recuperar y reivindicar funciones que han sido cooptadas, estigmatizadas y desterritorializadas. En ese sentido, consolidar procesos locales permite ponerle un rostro a cada etapa, o al menos reconocer el lugar en el que se desarrollan las actividades, contrario a una producción y un consumo deslocalizados y anónimos, vinculados por una red de intermediarios que obtienen beneficios, afectando a los extremos del proceso, productores y consumidores (Tarditti, 2012; Sevilla et. al., 2012).

Al respecto, los esfuerzos por articular la producción y el consumo pasan por analizar el tipo de vínculo que crean y el tipo de actores que participan, teniendo en cuenta que el problema para los campesinos “en sí no es el acceso a los mercados en general, sino más bien el acceso a mercados remunerativos que funcionen para los productores a pequeña escala y las condiciones en las que negocian su acceso” (MSC, 2016: 8). De allí que un contacto más cercano, cara a cara, permita el reconocimiento mutuo entre productores y consumidores, lo cual trae beneficios sociales en la medida que ayuda a reconstruir el tejido social; económicos, haciendo que el dinero circule por las economías locales; políticos, a partir de la transformación de demandas en discursos y reivindicaciones políticas; y culturales, en la medida que el campesinado logra recuperar espacios de diálogo y participación que permite visibilizar sus prácticas y conocimientos tradicionales, así como expresar las formas de adaptación que van integrando a sus actividades.

Pero por otro lado, dentro de la etapa de distribución, es necesario recuperar la posibilidad de afianzar formas de intermediación que respeten la labor del productor y la

intención del consumidor por acceder a alimentos “con rostro”. Esta apuesta teórica y analítica, se contrapone a algunos trabajos patrocinados por las grandes cadenas de supermercados (Melo y Magdalena, 2015), en los que al contrario de cuestionar la función de intermediación, recuperan algunas discusiones relevantes con el objetivo de integrarlas [cooptarlas] en la lógica del poder empresarial, para ello la inclusión de adjetivos de orden social, solidario, justo, entre otros se hace común en todas las etapas del proceso productivo.

Este fenómeno, en ausencia de información, revela una línea difusa entre los procesos de transformación emergentes y las estrategias del mercado por homogeneizar los procesos productivos. De manera particular, volviendo a las formas de intermediación, su importancia radica “en que es en esta fase en la que se materializa la distribución de la riqueza generada o disponible entre cada uno de las y los actores de la cadena, y por lo tanto, determina la posición que cada uno de los grupos ocupa en la sociedad. Si la mayoría de la riqueza se concentra en la intermediación, en el procesamiento o en la distribución final al consumo, el campesino o campesina, productor o productora primario, queda relegada a una posición subordinada. Por esto precisamente, analizar cómo se está desarrollando esta función y donde se concentra el poder es importantísimo” (Fernández, 2012:10).

La concentración del poder y la disputa del mismo, viene determinada por la posibilidad de cuestionar las lógicas sobre las que se han afianzado las prácticas y los discursos hegemónicos. Para esto, el diálogo presente entre la transformación de los procesos productivos y los aportes, demandas y propuestas de los movimientos campesinos, liderados por La Vía Campesina, en torno a la soberanía alimentaria cobran relevancia. Entendida como, “El derecho de cada pueblo a definir sus propias políticas agropecuarias y en materia de alimentación, a proteger y reglamentar la producción agropecuaria nacional y el mercado doméstico a fin de alcanzar metas de desarrollo sustentable, a decidir en qué medida quieren ser auto-suficientes, a impedir que sus mercados se vean inundados por productos excedentarios de otros países que los vuelcan al mercado internacional mediante la práctica del ‘dumping’... La soberanía alimentaria no niega el comercio internacional, más bien defiende la opción de formular aquellas políticas y prácticas comerciales que mejor sirvan a los derechos de la

población a disponer de métodos y productos alimentarios inocuos, nutritivos y ecológicamente sustentables” (Declaración sobre la Soberanía Alimentaria de los Pueblos, citado por Rosset, 2003:1).

En síntesis, los procesos productivos y la configuración de los territorios en los que se desarrolla están en constante tensión a partir de la mercantilización de la producción, distribución y consumo de alimentos (Rosset y Martínez, 2011; 2016). Esta tensión ha sido producto de la configuración histórica de estrategias de poder y control que fragmentan, distancian y homogenizan la alimentación, y que se resumen en los regímenes alimentarios descritos en este apartado. Al mismo tiempo, en contextos locales se afianzan y se cuestionan las formas hegemónicas de ejercer dicho control, es decir, se configuran sistemas alimentario con características particulares, dentro de los que sobresalen aquellos que apuntan a la construcción colectiva de alternativas de producción, distribución y consumo en clave de soberanía alimentaria (volveremos sobre la soberanía alimentaria en la última sección del capítulo)

2.4 El papel de la economía en la transformación de los procesos productivos

El objetivo de este apartado es ubicar en la economía campesina la posibilidad de establecer puentes que abonen a la transformación de los procesos productivos a partir del reconocimiento de una racionalidad diferente a la economicista y en diálogo con la diversas propuestas que giran en torno a la emergencia de otras formas de hacer y pensar la economía. Para esto, es necesario asumir la posibilidad de transformar los procesos productivos a partir de prácticas económicas diversa, y por lo tanto, reconocer la economía desde múltiples escenarios, con actores, sujetos y redes diferentes (Gracia, 2015).

Durante las últimas cuatro décadas diversas experiencias, iniciativas y sujetos sociales, tanto en América Latina, como en otras regiones del planeta, vienen cuestionando el papel de la economía y experimentando diversas alternativas, desde el zapatismo, el movimiento de los trabajadores rurales sin tierra, las fabricas recuperadas por sus trabajadores, los movimientos campesinos, indígenas y afrodescendientes, las movilizaciones estudiantiles, entre muchos otros.

Todas estas expresiones convergen en la necesidad de recuperar la concepción de la economía como un campo social, de consolidar economías -en plural-, que permitan expresar no solo “la multiplicidad de prácticas involucradas, sino a una noción ampliada de economía que concibe “lo económico” como un proceso vasto que se pone en juego en múltiples dimensiones de lo social” (Gracia y Pozzio, 2014:324), en otras palabras, entender que las economías se construyen a partir de los territorios y los contextos sociales, históricos, políticos y culturales en donde se ubican sus participantes.

De manera particular desde Latinoamérica se consolidan propuestas que permiten pensar, no solo que otras economías son posibles, sino que están presentes en múltiples escenarios y cobran cada vez mayor relevancia en los contextos locales. Entre otras aparecen en diferentes coordenadas propuestas como: economía solidaria (Mance, 2003), economía para la vida (Hinkelammert y Mora 2005), economía del trabajo (Coraggio, 2002), economía social y solidaria (Razeto, 2004), economía popular solidaria (Sarria y Tiribia, 2003), economía comunitaria (Esteve, 1994), economía descalza (Max-Neff), entre otras, así como perspectivas críticas del modelo de desarrollo, como el Buen Vivir -Sumak Kawsay en Quechua o Suma Qamaña en Aymara- (Acosta, 2011; Gudynas, 2011), el postdesarrollo (Escobar, 2011) o el decrecimiento (Latouche, 2006) -desde otras latitudes.

En este recorrido ubicamos a la economía campesina, como un punto de referencia que aporta elementos a la [re]construcción y búsqueda de alternativas, reconociendo además el papel que juega el campesinado, y en general los contextos indígenas y campesinos, en la transformación de la economía y en la búsqueda de alternativas que permitan enfrentar los desafíos que supone el modelo económico dominante.

A partir de diferentes planteamiento y lugares de enunciación, todas estas propuestas convergen en la crítica al modelo capitalista y la teoría económica neoclásica “como única opción posible, es decir, como pensamiento único, posición que esconde tanto la posibilidad de la existencia de otras lógicas como las propuestas teóricas diferentes” (Collin, 2015:85). Al mismo tiempo reconocen las consecuencias de un modelo económico basado en el paradigma del crecimiento económico y de la economía de mercado como únicos medios para alcanzar una vida plena.

De acuerdo con Polanyi (1976) la economía de mercado -como la conocemos-, se funda sobre una mentalidad capitalista guiada por la obtención de ganancia y la maximización del beneficio que genera el intercambio de mercancías, -incluyendo la tierra y el trabajo-, bajo la lógica de un mercado autorregulado capaz de asignar los precios a partir del mecanismo de oferta y demanda como indicador de los niveles de producción. Sin embargo, “las relaciones sociales establecidas por la economía de mercado son tan sólo una opción histórica para la construcción del orden y la sociabilidad humana, y que por tanto han existido y podrían existir formas alternativas de organización social” (Lahera, 1999:32).

Es necesario aclarar que no existe una definición única de economía campesina, sin embargo, existe una diversidad de referentes conceptuales y empíricos que permite aportar elementos diversos a su definición. Para Bartra (1982), retomando algunos de los aportes de Chayanov (1985) la economía campesina es una célula de producción y de consumo constituida por la unidad orgánica de fuerza de trabajo y medios de producción. Para este último, los sistemas de producción campesina conforman un sistema económico propio, con un funcionamiento y racionalidad diferente al de los sistemas capitalistas. El campesino realiza sus actividades productivas a partir de los recursos propios, básicamente, tierra, capital y trabajo. Al hacerlo no tiene como objetivo principal la búsqueda de ganancia sino la posibilidad de encontrar balances que le permitan garantizar su producción y el subsistencia de la unidad familiar antes de orientar sus actividades a la lógica empresarial, esto sería hacia la acumulación de capital.

Esta manera de organizar las actividades productivas se convierte en uno de los principales argumentos que utilizan los detractores del campesinado para sugerir su desaparición. Desde esta perspectiva el campesinado no tiene las herramientas -ni económicas, ni políticas- para subsistir ante el desarrollo capitalista y mucho menos para participar de un mercado fundado sobre la lógica capitalista, guiado por la obtención de ganancias y la maximización del beneficio generado por el intercambio de mercancías, y por el mecanismo de oferta y demanda como indicador de la producción y la regulación del mercado (Polanyi, 1976).

Al mismo tiempo, la posibilidad de centrar las actividades productivas en la reproducción de la familia, la unidad de producción y otro tipo de actividades complementarias es una de las virtudes que evidencian que la economía capitalista es tan solo una opción. En ese sentido, la economía campesina se convierte en una crítica y una forma de resistir al modelo económico dominante y en particular a su régimen agroalimentario. Como mencionábamos en el apartado anterior, en el actual régimen los procesos de producción, distribución y consumo alimentario se integran en escalas cada vez más amplias, controlando y concentrando las etapas del proceso productivo (McMichael, 2011; Ploeg, 2010).

De acuerdo con Ploeg (2010) a diferencia de la economía dominante, que busca ampliar y despersonalizar cada vez los procesos de producción, distribución y consumo, la economía campesina se funda sobre la posibilidad de establecer relaciones cercanas, de recuperar espacios de encuentro para realizar intercambios, de transformar los hábitos de consumo y de diversificar la dieta basada en los contextos locales, y todo esto, de manera descentralizada y “escapando” del control directo del capital.

Estos aspectos se refuerzan con la posibilidad de transformar las prácticas productivas orientadas hacia el fortalecimiento de la soberanía alimentaria como un pilar para la construcción de la autonomía local, incorporando los ciclos/temporadas de producción y consumo y la transmisión de conocimiento de campesino a campesino (Holt-Giménez, 2013), como expresiones de la economía campesina.

Esta economía, a diferencia de la economía capitalista, no puede ser analizada en términos cuantitativos exclusivamente, por un lado porque integra diversas esferas sociales, políticas y económicas dentro sus virtudes y por otro, porque los indicadores diseñados por las instituciones, desde el producto interno bruto, los censos nacionales, hasta los objetivo de desarrollo del milenio, por un lado desconocen los contextos locales, y por otro, apuntan a la homogeneización de la población.

Es por eso que no existe una sola economía campesina, sino que cada unidad productiva, cada grupo familiar y cada proceso organizativo, desarrolla diversas estrategias sociales, políticas y económicas a partir de sus propios balances. Por lo

tanto, la economía campesina no se podría explicar al margen del sistema económico en el que se desarrolla, sin embargo, es posible recuperar las propuestas de Chayanov (1985) en torno a la configuración de los balances que guían las decisiones de producción y consumo dentro de la unidad productiva. Para Chayanov, el balance consumo-trabajo constituye el punto de equilibrio entre la satisfacción de las necesidades familiares y el esfuerzo, fatiga o desutilidad, ocasionados por alcanzar unos determinados resultados materiales. Si bien, el trabajo familiar continúa siendo la principal fuente de mano de obra y se encuentra determinada tanto por el número de integrantes, como por sus edad, existen hoy en día otro tipo de factores que deben ser incluidos en el análisis de la economía campesina que permitan reconocer su capacidad de adaptación y transformación frente a los contextos en los que se ubica.

A raíz de la observación de Chayanov en torno a la importancia de los balances dentro de la economía campesina, Ploeg (2015:71) recupera y plantea una “gama de balances interrelacionados” a partir de la incidencia del modelo capitalista en las relaciones sociales, económicas y políticas del campesinado, estos son: el balance sociedad-naturaleza, producción-reproducción, recursos internos-externos, autonomía-dependencia, y escala-intensidad de la agricultura (y la emergencia de los tipos de agricultura).

El balance sociedad-naturaleza, plantea los efectos de un modelo de desarrollo que fragmenta y distancia las actividades de la conservación de la naturaleza, lo cual se refleja en la desconexión entre productores y consumidores, y por lo tanto sus consecuencia en los hábitos de consumo y su relación con los contextos locales. Por eso, la economía campesina y en particular los procesos de producción deben concebirse como coproducción (Ploeg, 2015), lo que implica que puedan ser vistos como la interacción continúa y transformación mutua entre la sociedad y la naturaleza. Para esto es necesario ubicar la agricultura en un tiempo y lugar específico, teniendo en cuenta que esta relación varía en función de factores sociales, políticos, económicos, culturales y ambientales.

Entender la agricultura como coproducción implica alejarla de la estandarización, la cuantificación y la planificación detallada -esto no significa que los campesinos no

planean, sino más bien que sus proyecciones están ligadas a la fuerza de trabajo, el clima, las herramientas, y el mercado. Además, la coproducción permite reconocer el carácter dinámico de la relación sociedad-naturaleza, en la medida que esta no se encuentra mediada por leyes o parámetros estáticos. Por lo tanto, este dinamismo da lugar a la emergencia constante de posibilidades y estrategias a partir de la mutua transformación entre hombre/mujer-naturaleza.

De esta manera, la oportunidad de consolidar procesos de transformación desde adentro de la unidad de producción, a partir de las habilidades que el campesinado va desarrollando al observar, manejar, ajustar y coordinar diversos aspectos sociales y naturales permite que las prácticas se vuelvan estratégicas y se multipliquen en función de sus propias necesidades. Esta relación se funda sobre la reciprocidad entre el campesino y la naturaleza, en el agradecimiento por la fertilidad de la tierra, por las lluvias, por el alimento, por la cosecha, entre otras.

En segundo lugar, el balance producción-reproducción, permite reconocer la capacidad de la agricultura campesina para proveerse a algunos insumos, muchas veces sin tener que participar del mercado, lo que se traduce en mayores independencia y autonomía, pero también implica pensar en la producción-reproducción de otro tipo de valores, principios y prácticas. Es decir, la lógica reproductiva de la economía campesina se aleja de la reproducción ampliada del capital, cuya característica principal, se funda en la sustitución de la satisfacción de las necesidades, por la generación de riqueza. Para eso es necesario producir para vender, y los productos que se venden en mercados formadores de precios se convierten en mercancías y por lo tanto, quedan expuestas a la competencia y a la ley de la oferta y la demanda. “Esto lleva implícita la organización social del trabajo, o las relaciones sociales de producción a gran escala, lo que en el capitalismo toma la forma de trabajo asalariado [...] y cuya receta es producir más con menos y esto supone invertir menos en insumos y trabajo y aumentar la cantidad de mercancías [...] La reproducción ampliada resulta por definición depredadora en relación con los recursos naturales y explotadora con relación al trabajo” (Collin, 2015:102).

Sin embargo, pese a que dentro de la unidad productiva es posible reproducir algunos de los recursos necesarios, es imposible reproducir la familia y la unidad productiva sin recurrir a factores externos (Ploeg, 2015: 55-82). Por lo tanto, el balance de recursos internos y externos adquiere una importancia significativa, en la medida que la forma en que son adquiridos y el tipo de vínculos que representa puede tener diversos efectos. Ejemplo de ello es el uso -o no- de insumos de síntesis química, el tipo de semillas, las relaciones con programas de apoyo, entre otras estrategias que van demarcando la forma en que el campesino llega al mercado, si como vendedor de fuerza de trabajo o como productor/vendedor de alimentos (Kautsky, 1988). Por lo tanto, si bien la obtención de recursos externos es necesaria, la dependencia de estos genera mayores grados de subordinación frente al mercado.

Lo anterior se traduce en la posibilidad de encontrar un balance entre la autonomía y la dependencia. Para ello, juegan un papel muy importante “las instituciones sociales que rodean la producción y distribución de la riqueza” (Little, 1989:118). De allí, que la autonomía relativa que poseen los productores, se deba enfrentar a relaciones de dependencia que en muchos casos están sujetas a la extracción de excedentes (Ploeg, 2015). Ejemplo de ello, son los tipos de vínculos que crean las unidades de producción durante la etapa de comercialización, generalmente con agentes de intermediación a través de relaciones caracterizadas por la extracción de excedentes y por lo tanto determinante en la distribución de la riqueza.

Finalmente, el balance entre la escala y la intensidad, reconoce diferentes estilos agrícolas, en donde la penetración del régimen agroalimentario corporativo ha dado lugar a que la economía campesina se encuentre cada vez más expuesta y sujeta a desbalances que inhiban su capacidad de resistir, adaptarse y diseñar estrategias de reacción. En este balance juega un papel relevante la forma en que los grandes capitales se insertan en la economía campesina, ya sea a partir de la generación de relaciones de dependencia vía insumos, o de la concentración de los mercados capitalista, en los que las unidades de producción campesina se ven relegadas por la ampliación de la escala de la industria agrícola.

Con estos balances, la economía campesina enfrenta de formas diversas los procesos agroindustriales y la fragmentación de los procesos productivos, entablando diálogos con los aportes de otras propuestas que reconocen a la economía capitalista como un subsistema de un sistema mucho más grande donde no solo existen agentes tomadores de decisiones -productores y consumidores- y dos mercados en los que interactúan -mercado de factores de producción y el mercado de bienes y servicios- (Martínez-Allier, 1995), sino que involucra otro tipo de relaciones, flujos energéticos, y escalas de tiempo.

Por lo tanto, estas propuestas se convierten en una opción para politizar el mercado y la economía, para identificar “relaciones desiguales de poder e imaginando colectivamente formas prácticas de transformarlas en relaciones de autoridad compartida” (Caballero, 2012: 10). En donde dicha politicidad implica reconocer la potencia que tienen los sujetos que integran y exploran formas diversas de relacionarse, producir, intercambiar y consumir en función de los contextos en los que se ubican y las incomodidades que les genera el modelo económico (Gracia, 2015). Esta politización pasa entonces por plantearse interrogantes en torno a la producción - ¿Quién produce y quién no? ¿Cómo produce?-, la comercialización -¿Dónde comercializan, intercambian los productos? ¿Quién se apropia de los excedentes? y el consumo -¿Quién consume y quién no?. Para responder algunas de estas preguntas es preciso ahondar en las diversas formas que adopta el mercado y su papel dentro de cada una de las etapas del proceso productivo.

Polanyi hace referencia al desequilibrio que produce el mercado dentro del balance sociedad-naturaleza, tanto por la inclusión de la tierra y el trabajo al sistema de precios y mercancías, como por los efectos negativos que tiene en el entorno. Por lo tanto, negar la posibilidad de relacionarse con el mercado desde diversos contextos y situaciones significar subordinar la sociedad a mercados autorregulados basados en “el beneficio, la competencia y los valores utilitaristas, es decir, toda la organización social queda subordinada al propósito de lucro, convirtiéndose así la ganancia económica en un fin absoluto” (Polanyi, 1994:62). A este fenómeno lo describió Polanyi (1994) como la construcción social de la sociedad de mercado, una sociedad en la que “en vez de que el sistema económico esté incorporado en las relaciones sociales, son éstas las

que ahora están incorporadas en el sistema económico” (Polanyi, 1994:261), situación que se refleja en la dependencia que crea en modelo agroalimentario de recursos externos, en este caso a las unidades de producción campesina.

Por lo tanto reconocer la centralidad que adquieren los mercados en determinados contextos históricos, significa considerar que es posible pensar en otros mercados menos concentrados y más justos (Caracciolo, 2013), lo que en términos de los sistemas agroalimentarios, del campesinado y la soberanía alimentaria supone la transformación de los procesos productivos -desde la apropiación, hasta el consumo. “Y para eso sería fundamental que la conciencia política campesina avanzara a un nivel de comprensión con relación a esa autonomía relativa en simultáneo con la negación del modo de producción capitalista. Es un paso fundamental el despertar de la conciencia campesina de que su modo de producir y de vivir se encuentra en contradicción con el modo de producción capitalista” (Carvalho, 2012:3).

Sin embargo, esa contradicción, planteada desde otras formas de dinamizar lo económico y lo político, no se basan en la negación ni del mercado, ni del Estado, más bien se abordan desde una postura crítica y transformadora frente a los modos de organización y acción que caracterizan a la economía dominante (Razeto, 2006). Significa que productores y productoras logren participar de los mercados pudiendo decidir qué quieren y pueden producir, a quiénes quieren vender sus productos, o con quiénes desean relacionarse, qué necesidades de los consumidores buscan resolver. “Por eso, la principal diferencia entre los mercados y el sistema de mercado es que los primeros fomentan las relaciones sociales, mientras que el Mercado capitalista disuelve los lazos de dependencia entre los miembros de una comunidad y fomenta el individualismo” (Santana, 2008:129).

Por otro lado, es importante mencionar el papel del mercado capitalista dentro de la configuración del Estado, para es importante reconocer que así como el mercado capitalista, el estado no existió siempre, “La historia demuestra que el estado, como aparato especial de coerción, surge donde y cuando aparece la división de la sociedad en clases, es decir, en grupos sociales, uno de los cuales está en situación de apropiarse del trabajo ajeno, de explotar a los otros grupos” (Harnecker, 1978:86).

Por lo tanto, si el estado es fruto de la necesidad de contener antagonismos dentro de la sociedad, como menciona Engels (1874:344), “[El estado] nació en medio de conflicto de esa clase, es, por regla general, el estado de la clase más poderosa, de la clase económicamente dominante, que, con ayuda de él, se convierte también en la clase políticamente dominante, adquiriendo con ello nuevos medios para la represión y la explotación de la clase oprimida”.

En estos términos, pese a que el estado da la sensación de estar situado en una posición neutral por encima de la sociedad -de las clases-, la realidad refleja que se trata de un aparato que sirve a las clases dominante, al capital financiero, a los intereses privados, es decir a la “lógica intrínseca del desarrollo capitalista” (Harnecker, 1978; Long, 2007) y por lo tanto va en detrimento, en este caso, del campesinado y del consumidor.

La negación del campesinado y sus prácticas sociales, políticas y económicas, pasa por entender las relaciones que han existido entre el estado y los procesos de concentración y despojo de la tierra, lo que Harvey (2010) denomina acumulación por desposesión, para referirse a la versión actualizada de la acumulación originaria planteada por Marx. Esta dinámica de despojo también se refleja en los circuitos alimentario, en la formación de patrones de consumos, en las estrategias corporativas, las garantías de propiedad, normas monetaria, regímenes fiscales, leyes laborales y protección policial, entre otras expresiones (McMichael, 2015).

Pero también, es preciso reconocer que esta relación ha motivado la emergencia de contramovimientos agrarios y alimentarios, así como de los esfuerzos por plantear y reivindicar otras formas de hacer y pensar las economías. De allí que muchas de estas propuestas se vuelquen sobre los principios que incorpora la economía campesina, representados en relaciones basadas en la reciprocidad, la redistribución, solidaridad, la justicia, entre otros valores y principios.

Al respecto, cada vez son más los espacios, formas organizativas y expresiones que manifiestan formas diversas de generar/construir mercados territoriales (MSC, 2016), campesinos (Parrado y Molina, 2014), orgánicos (Schwentenius, et. al., 2013), anidados (Hebinck, et.al. 2015; Schneider, et. al. 2016), y los circuitos cortos de comercialización

(Sevilla, 2012; Galvis, 2012; Lopera, 2009). Estas expresiones coinciden en la crítica al modelo económico dominante y la concentración de los canales de comercialización, en el impacto de la industria agroalimentaria en las prácticas productivas tradicionales y por lo tanto en el papel del campesinado dentro de los sistemas alimentarios locales.

Al mismo tiempo, existen diferencias entre algunas de las propuestas que giran en torno a las nociones que adoptan frente a calidad, localidad, origen y relación con la naturaleza, con los mercados convencionales y con la intermediación. Un aspecto determinante dentro de estas propuestas se funda sobre la posibilidad de reconectar a consumidores y productores (Soler y Calle, 2010) frente a la posibilidad de construir redes alternativas que garanticen mejores condiciones para los participantes, y que permita integrar nuevos actores (Tarditti, 2012; Goodman, et.al, 2012). De acuerdo con DuPuis y Goodman (2005) este tipo de redes representan una alternativa al sistema de producción convencional, permitiendo la consolidación de los sistemas alimentarios locales.

Algunas de las posturas adoptadas en la práctica, dan cuenta procesos se restringen a la discusión entre mercados convencionales y alternativos, dejando de lado algunas posturas híbridas que responden a las condiciones de los contextos en los que se ubican y del tipo de actores que participan. En ese sentido, la propuesta de los mercados anidados resulta interesante en la medida que son considerados como un segmento de un mercado más amplio, pero que se diferencia en aspectos como los precios, patrones de distribución del valor agregado total, relaciones entre productores, distribuidores y consumidores que los observados en el mercado más amplio (Ploeg, 2016).

Como analizaremos a la luz de los hallazgos de esta investigación, más allá de la forma en que se nombren, consideremos que su importancia radica en la posibilidad de generar procesos de producción, comercialización y consumo que permitan la inclusión de un número cada vez mayor de participantes y espacios, reconociendo que existen procesos de confluencia con otro tipo de mercados, procesos y experiencias alternativas y convencionales, a partir de las cuales es posible diseñar estrategias y

vínculos que permitan avanzar en la transformación de los procesos productivos y la reivindicación del campesinado.

Finalmente, un componente que permite que estas economías y procesos continúen vigentes, establezcan diálogos, intercambios y se retroalimenten de propuestas emergentes tiene que ver con el carácter utópico que se le asignan a los proyectos contrahegemónicos, no como algo peyorativo sino con la virtud de anticipar el futuro con el objetivo de configurar el presente de otra forma. De acuerdo con Monachon (2017:106), “una utopía permite a los actores del cambio reconocerse y unirse como una misma voluntad colectiva, para construir, a partir de caminos múltiples, una vía distinta al capitalismo y el estatismo”.

2.5 Agroecología y soberanía alimentaria

Como hemos expresado en los apartados anteriores, es innegable el impacto del modelo económico neoliberal y agroindustrial en ámbitos sociales, políticos, económicos y ambientales. Su insostenibilidad es un hecho que se expresa en los índices y condiciones de pobreza de las poblaciones más vulnerables, que generalmente suelen ser las rurales. De acuerdo con Nicholson (2013) el 70% de los hambrientos y hambrientas del mundo son rurales, principalmente por la falta de acceso a recursos productivos o de su exclusión de tierras de buena calidad, acceso al agua, los bosques, los mares, las semillas, la tecnologías, los créditos.

Por otro lado, pese al alto consumo de recursos hídricos, la destrucción y erosión de los suelos y el deterioro de la diversidad biológica, sigue siendo este tipo de agricultura la que recibe más atención, apoyo y subvenciones, tanto financieros, como en investigación y capacitación (Nicholson, 2006). Además, los límites que ha rebasado este modelo, son las principales razones, “por las cuales el movimiento alimentario global está creciendo. Hay una enorme cantidad de movilización en todo el mundo y aunque son muy diversas, todas son sobre lo mismo. A veces no tienen las mismas reivindicaciones pero apuntan hacia el mismo objetivo [...] enfrentarse al poder global de las corporaciones” (Nicholson, 2013:40).

Con ese objetivo, la soberanía alimentaria, desde su aparición pública en la Cumbre Mundial sobre la alimentación en 1996 se ha convertido en una consigna que va más

allá de la crítica al modelo agrícola, pues incorpora reivindicaciones por los derechos del campesinado y la transformación de la sociedad (Rosset y Martínez, 2012). Estas reivindicaciones han permitido recuperar espacios en los que la participación de los mayores afectados había estado negada y así centrar las propuestas y discusiones en torno al campesinado, “el objetivo del movimiento es producir un cambio en el campo, un cambio que mejore las condiciones de vida de la gente de la tierra, un cambio que aumente la producción local de alimentos para el consumo local, un cambio que abra espacios democráticos y empodere a “la gente de la tierra” con un mayor papel en el proceso de toma de decisiones sobre cuestiones que afectan cotidianamente a sus vidas. En esencia, La Vía Campesina busca poner en marcha un modelo alternativo de agricultura y desarrollo rural y piensa que esto sólo puede ocurrir cuando las comunidades locales ganen mayor acceso y control sobre recursos productivos locales, y poder político y social” (Desmarais, 2008: 141).

Estas demandas, al tiempo que buscan recuperar las prácticas y los conocimientos tradicionales, han estado acompañadas de un modelo de producción agroecológico en el que diversos aspectos sociales, económicos, políticos y ambientales son integrados en función de la transformación de los sistemas alimentarios y de la reivindicación de la alimentación como un derecho que no puede estar sujeto a las fuerzas del mercado (Nicholson, 2006).

Frente a la propuesta agroecológica, ésta se podría definir a partir de su articulación con las etapas del proceso productivo (Calle, Soler y Rivera, 2010); de las transformaciones sociales, políticas y económicas que supone para los sistemas agroalimentarios locales (Gliessmann 2013, Wezel et. al., 2009); de la postura crítica frente a los procesos de modernización industrial de la alimentación (Guzmán et. alt., 2000) y finalmente como una reivindicación y revalorización de prácticas y conocimientos tradicionales, tanto productivos como organizativos (Altieri, 1991; Toledo, 1993; Sevilla y Soler, 2010)

Sus aportes, se basan principalmente en las experiencias de propuestas participativas que diseñan formas de producción, circulación y consumo que buscan encarar el deterioro ecológico y social generado por el modelo económico actual (Sevilla y

Woodgate, 1997). Al respecto, las discusiones y evidencias planteadas han demostrado que el conocimiento acumulado por los campesinos, indígenas, pescadores a través de la historia, aportan elementos suficientes para plantear soluciones a los problemas sociales y ambientales asociados a la alimentación (Altieri, 1985; Rist y San Martín, 1993; Gliessman, 1990; Guzmán y Casado, González de Molina y Sevilla, 2000; Delgado y Rico, 2004, Sevilla, 2011).

La agroecología y la soberanía alimentaria han logrado articular las ciencias sociales y naturales, transformando así formas de conocer fragmentadas, positivistas y lineales, consolidándose como un referente teórico y práctico que reivindica las demandas y saberes de los movimientos campesinos lo que no sólo permite transmitir el conocimiento de manera horizontal, sino que además habilita espacios de aprendizaje colectivo entre productores (Rosset y Martínez, 2016).

Con este bagaje teórico y práctico, la agroecología se posesiona como constelación de expresiones que permiten denunciar y resistir a los mecanismos de cooptación y desarticulación implementado por el poder corporativo dentro del campo alimentario (Ploeg, 2008) y que incluyen “la especulación de materias primas que lleva al desabastecimiento y a la pérdida de formas de vida ancladas en una agricultura sostenible; aumento de los oligopolios que dictan qué y cómo nos alimentamos; fuertes medidas de apoyo económico y judicial a quienes mercantilizan en su beneficio las semillas o la distribución de los alimentos; impactos medioambientales que no son considerados en el “debe” de la agroindustria transnacional; fuertes barreras al desarrollo de redes de comercialización locales; tecnología e investigación públicas orientadas mayoritariamente hacia una agricultura insostenible; entre otras” (Calle, Soler y Rivera, 2010:1)

Adicionalmente, de acuerdo con Ploeg, (2010) la agroecología permite el diseño de mecanismos que permitan participar de mercados locales en donde sus participantes logren afianzar diversos grados de autonomía que a su vez se logren reflejar en la reducción de la dependencia del mercado de insumos y créditos (Ploeg, 2010). En ese sentido, se podrían también definir como escenarios de luchas sociales, ancladas en el sector agroalimentario, que se desarrollan en lo político (cotidiano) y en la política

(pública), y que constituyen referentes prácticos frente a una transición inaplazable: “la quiebra de un capitalismo y una civilización petrolera que imponen e intentan legitimar sistemas centralizados, rígidos y autoritarios en el manejo de bienes comunes” (Calle, Gallar y Candon, 2013:252).

Es por esto, que tanto la agroecología como la soberanía alimentaria están siendo integradas con mayor recurrencia en los discursos y prácticas de los diversos movimientos y experiencias de transformación que surgen en torno a la alimentación alrededor del mundo. Y más recientemente también ha venido figurando en las agendas de acción de las grandes instituciones que gobiernan la agricultura a nivel mundial “como una de las alternativas posibles para enfrentar las graves crisis ocasionadas por el modelo de la revolución verde” (Giraldo y Rosset, 2016:15). Este esfuerzo por incluirla en escenarios institucionales responde al interés del discurso hegemónico por “usurpar los proyectos económicos alternativos y rearticularlos en sus propios encadenamientos discursivos de sentido” (Wright, 2011:25), fragmentando las propuestas e iniciativas que vienen construyendo procesos agroecológicos sobre la base de la soberanía alimentaria.

De acuerdo Giraldo y Rosset (2016:17) “Asistimos a una disputa entre dos formas radicalmente distintas de concebir la agroecología, una, estrechamente técnica, científicista e institucional, y la otra, la de los pueblos, profundamente política que aboga por la justicia distributiva y el replanteamiento total del sistema alimentario”. Pero además, esta estrategia se expresa en la implementación de prácticas y discursos que buscan tecnificar, institucionalizar y disfrazar, por un lado las propuestas diseñadas por los movimientos sociales (agroecología, mercados locales, circuitos cortos de alimentación), pero por otro incorporando nuevas tecnologías y conocimientos ajenos a los contextos en los que se pretenden implementar (la agricultura climáticamente inteligente, la intensificación sustentable, la agricultura orgánica con base en insumos comerciales, transgénicos resistentes a las sequías o la agricultura de precisión).

Es decir que existe una invisibilización tanto de los procesos que se vienen consolidando, como de los territorios en los que se ubican, con el agravante, de que esta estrategia minimiza el impacto de proyectos como el de la agroecología y la

soberanía alimentaria, los cuales son reducidos a modos de producir alimentos y a su disponibilidad. Al respecto Giraldo y Rosset (2016) retomando a Da Silva (2014) mencionan dentro de las virtudes y dimensiones de la agroecología, “una forma de ser, de comprender el mundo, de habitarlo, de sentirlo. Es una manera de relación social distinta al capitalismo, que incentiva la recuperación e intercambio de saberes locales, la creación común de nuevos conocimientos en el mismo lugar donde ocurren los problemas, y la transformación ecosistémica conforme a las condiciones de regeneración de la vida” (Giraldo y Rosset, 2016:30)

El diálogo entre la agroecología y la soberanía aportan elementos para la consolidación de un proyecto político que reconoce que la forma en que nos alimentamos (acceso, disponibilidad, diversidad, calidad) tiene que ver con la forma en que participamos y nos organizamos, así como diversas formas organizativas y de participación están abriendo espacios para incidir en la forma en que nos alimentamos (Calle, Soler y Rivera, 2011). Dicho proyecto político moviliza formas democráticas más directas y participativas, que reconocen la capacidad de transformación de la sociedad. Estos escenarios permiten poner en juego formas de participación política que habiliten el diálogo, la diferencia y la diversidad.

A estos esfuerzos, la democracia radical los describe como proceso antes que como proyecto, en la medida que se busca, de diferentes maneras, “impedir el dominio de los espacios locales por caciques y sectas partidistas, se tendrían que renovar y en su caso inventar procedimientos de una democracia ‘participativa’ o ‘radical’, mediante los cuales los hombres y mujeres situados en los lugares donde viven y trabajan, pudieran decidir libremente sobre los asuntos que les conciernen. Los mandatarios electos por esos procedimientos estarían bajo el control de sus electores y deberían rendir cuentas de su gestión ante ellos en todo momento, para asegurar que las autoridades designadas ‘manden obedeciendo’ ” (Villoro, 2004:39).

Finalmente, se trata entonces de continuar visibilizando y recuperando espacios controlados por los órdenes dominantes que permitan colocar el debate alimentario en un escenario de participación y diálogo entre diversas expresiones de resistencia campesina, alimentaria, ecologista, de economías alternativas, en contextos urbanos y

rurales, que “entienden que no puede haber soberanía alimentaria si no se trabaja en la democratización extensa del entorno que la puede producir. Y este entorno es político, económico, (inter)cultural, mundial y local al mismo tiempo” (Calle, Soler y Rivera, 2011). Y es allí, donde la agroecología continua abonando espacios colectivos en los que la reivindicación de las tradiciones campesinas, junto con renovadas formas organizativas permiten pensar en la posibilidad de nuevos presentes.

2.6 Abriendo surcos desde los aportes teóricos

Las referencias teóricas presentadas en este capítulo nos permiten allanar el camino que sigue esta investigación en términos de reconocer la importancia de establecer puentes entre los aportes teóricos y la evidencia empírica, algunas veces fragmentadas, pero que a partir de los aportes teóricos en los que nos basamos cobran relevancia.

La noción de sujeto y actor nos sirve para poner en discusión la importancia de [auto]reconocimiento social, político y económico como aspecto esencial para el fortalecimiento del campesinado como un actor individual y colectivo con capacidad de agencia. Para esto, es necesario reconocer que la agencia se expresa de formas diversas en momentos y contextos específicos, guiados por objetivos y motivaciones particulares. En ese sentido, las discusiones que giran en torno al campesinado pueden ser interpretadas a partir de su ubicación geográfica y temporal, por lo tanto, la posibilidad de explorar diferentes escenarios en torno al campesinado nos permitirán integrar elementos a las discusiones teóricas sobre la base del dinamismo que representa el campesinado.

Para ahondar en dicho dinamismo es importante identificar a lo largo de la historia periodos de tiempo -regímenes agroalimentarios- que han ejercido presión sobre las prácticas y vínculos entre el campesinado y los contextos en los que se ubica. Estos regímenes han dado lugar a la configuración de sistemas alimentarios locales desde donde se gestan espacios de producción, intercambio, consumo y formas organizativas diversas que apuntan a la transformación de algunas de las etapas del proceso productivo.

Dentro de estos espacios, también tienen lugar prácticas que permiten recuperar los procesos económicos, cuestionando lógicas que aparecen como rígidas dentro de la

estructura del capitalismo. Frente a esta rigidez, la economía campesina, en diálogo con otras propuestas evidencian que los intercambios económicos, formas de producción, distribución y consumo promovida por grandes capitales, son tan solo una opción que no favorece a la mayoría de población. De allí la importancia de reivindicar alternativas, y más aún, establecer diálogos, puntos de encuentro, desencuentro y complementariedades, en este caso tomando como eje la forma en que el campesinado organiza sus actividades. Para ello reconocer los balances que existen entre las relación consumo-trabajo, sociedad-naturaleza, producción-reproducción, recursos internos-externos, autonomía-dependencia, y escala-intensidad de la agricultura, permiten integrar elementos a la construcción otras formas económicas.

Al mismo tiempo, la consolidación de espacios de comercialización que resultan favorables para el campesinado, se convierten en una fuerte crítica al mercado capitalista y a las lógicas bajo las cuales se rige. Evidencia de esto son los diferentes tipos de mercados que promueven relaciones cercanas entre productores y consumidores, así como también los esfuerzos por integrar formas de intermediación favorables, o incluso escenarios en los que se reconoce el ir y venir del campesinado entre diferentes mercados y por lo tanto habilitan mayores grados de autonomía frente a la elección de los canales de comercialización.

La agroecología y la soberanía alimentaria representan la integración entre los aportes teóricos y la práctica dentro de un escenario que apela por la reivindicación del campesinado a partir del reconocimiento de las presiones y respuestas que emergen en cada territorio. Esto significa que de las particularidades de cada contexto pueden emerger alternativas diversas que convergen en la posibilidad de decidir sobre el tipo de producción, insumos, mercados, y hábitos de consumo que integren aspectos sociales, políticos, económica, ambientales y culturales que favorezcan a campesinos, consumidores, intermediarios y su relación con el contexto en el que se ubican.

Capítulo 3

Metodología

3.1 Introducción

Los objetivos que plantea esta investigación se fundan sobre la posibilidad de generar transformaciones que emergen a partir de procesos sociales localizados en contextos específicos e integrados por actores diversos. A partir de este diseño metodológico y de las posturas teóricas presentadas en el capítulo anterior, nos acercamos a la posibilidad de transformación de los procesos productivos y de la reivindicación del campesinado que plantean estas experiencias. Para ello, a partir de las herramientas y el diseño metodológico nos aproximamos a estas experiencias con la intención de descubrir, interpretar y comprender la perspectiva de los participantes frente a las realidades que deben enfrentar.

El capítulo está dividido en tres partes, en la primera, como punto de partida de esta investigación, se incluyen los aspectos teóricos más generales de la investigación cualitativa. Dentro de este tipo de investigación incluimos el método del estudio de caso y el enfoque centrado en el actor, como dos de las principales guías para el desarrollo de la investigación en sus diferentes etapas.

En segunda instancia, nos centramos en el diseño práctico del estudio de caso que da lugar a esta investigación, presentando de manera detallada el estudio de caso, los casos seleccionados, las unidades de análisis y las categorías de análisis, así como las etapas del trabajo y el diseño de las herramientas para la recolección y el análisis de la información.

Finalmente, reconocemos algunas de las limitaciones teóricas y metodológicas que se presentaron a lo largo de la investigación, tanto en las etapas de diseño, recolección de la información, sistematización y análisis. Este apartado, sirve de aporte para ampliar las discusiones en torno a los tipos de investigación cualitativa, sus virtudes, límites y retos.

3.2 Tradición cualitativa como perspectiva metodológica

Esta investigación integra elementos teóricos y prácticos de la tradición cualitativa. Esto significa que en cada una de las etapas de la investigación se contemplaron herramientas que permitieran explorar los procesos sociales y los actores involucrados, a partir de sus trayectorias, recursos, contextos y motivaciones. Al mismo tiempo, retomamos aspectos de la investigación cuantitativa con el objetivo de describir contextos y situaciones específicas relacionadas con la realidad del campesinado a nivel mundial, nacional y regional, principalmente.

La tradición cualitativa puede ser puesta en práctica de modos diversos, los cuales responden a las características de la investigación y al tipo de interrogantes que se plantean. Su diseño se caracteriza por los presupuestos teóricos y conceptuales que se tienen acerca de la realidad. Para Creswell (1998, citado por Vasilachalis, 2006) este tipo de investigación es un proceso interpretativo de indagación basado en distintas tradiciones metodológicas -la biografía, la fenomenología, la teoría fundamentada en los datos, la etnografía y el estudio de casos- que examina un problema humano o social. De manera complementaria, Denzin y Lincoln (1994) la describen como la posibilidad de indagar en situaciones naturales, intentando dar sentido o interpretar los fenómenos en los términos del significado que las personas les otorgan. Por lo tanto, la investigación cualitativa comprende el estudio, uso y recolección de materiales empíricos de formas diversas: estudio de caso, experiencia personal, introspectiva, historia de vida, entrevista, textos observacionales, históricos, interaccionales y visuales, que describen los momentos habituales y problemáticos y los significados en la vida de los individuos.

De acuerdo con Maxwell (2004) hay tres rasgos característicos y cinco finalidades dentro de esta tradición investigativa. Por un lado, los rasgos característicos que menciona la autora son: el interés por el significado y la interpretación, el énfasis sobre la importancia del contexto y de los procesos, y la estrategia inductiva y hermenéutica. Mientras que dentro de las finalidades incluye: 1) comprender los significados que los actores dan a sus acciones, vidas y experiencias y a los sucesos y situaciones en los que participan, 2) comprender un contexto particular en el que los participantes actúan y

la influencia que ese contexto ejerce sobre sus acciones, 3) identificar fenómenos e influencias no previstos y generar nuevas teorías fundamentadas en ellos, 4) comprender los procesos por los cuales los sucesos y acciones tienen lugar, y 5) desarrollar explicaciones causales válidas analizando cómo determinados sucesos influyen sobre otros, comprendiendo los procesos causales de forma local, contextual, situada.

Esta aproximación metodológica permite modificar la relación entre los datos empíricos y la teoría, a partir de la construcción de un diálogo constante entre las dos partes recuperando para el análisis aspectos referentes respecto a cómo las personas “ven” las cosas, sin perder de vista la importancia de cómo “hacen” las cosas (Vasilachis, 2006). Y para ello, identificar las situaciones y los contextos en los que ocurren los fenómenos observados y los actores y sujetos involucrados permite ampliar y aportar elementos a las propuestas teóricas vigentes, pero también ofrece la posibilidad de construir nuevos marcos de referencia que permitan la comprensión de diversos fenómenos sociales, difícilmente explicados por teorías planteadas en situaciones y contextos sumamente diferentes a aquellos que se desean analizar.

La investigación cualitativa se fortalece a partir de la heterogeneidad y singularidad de los casos, contextos, sujetos y experiencias que se analizan a partir de formas de entender y conocer situaciones diversas. Por lo tanto, es la posibilidad de analizar las singularidades de los casos analizados el referente principal de la muestra teórica, el cual a diferencia de la investigación cuantitativa se funda en la singularidad antes que en la amplitud. Esto no significa que la investigación cuantitativa esté aislada de este tipo de investigaciones, sino todo lo contrario, la posibilidad de incorporar elementos cuantitativos permite ampliar los análisis y las formas de interpretar y analizar los datos recabados durante la investigación. Integrar aspectos cuantitativos permite la comprensión de situaciones que solo pueden ser entendidas a partir de la sistematización y agregación de datos -como se verá en próximo capítulo en relación a la situación del campesinado.

3.2.1 El método de los estudios de caso

El estudio de caso es uno de los métodos de investigación en las ciencias sociales más tradicionales, utilizado tanto en investigación cualitativa, como cuantitativa, diferenciándose entre sí por la forma en que se recolecta y analiza la información (Gundermann, 2001). La implementación de los estudios de caso fue difundido inicialmente en investigaciones del área de la medicina y la psicología, posteriormente se amplió a diferentes áreas de las ciencias sociales (Becker, 1975). Dentro de la ciencias sociales, los estudios de caso adquieren dos concepciones basadas principalmente en el sentido que adquiere el caso, como objetivo –*finalidad intrínseca*- o como medio –*finalidad instrumental*- donde ubicamos nuestro diseño metodológico.

En la primera situación, el estudio de caso se emprende porque se desea alcanzar una mejor comprensión de un caso en particular, “*el caso es el foco final de interés*”. Por el contrario, bajo la óptica instrumental “*los estudios de caso aspiran a ser un medio de descubrimiento y desarrollo de proposiciones empíricas de carácter más general que el caso mismo*” (Gundermann, 2001:257). La rigidez entre ambas finalidades adquiere matices en la medida que las diferentes etapas de la investigación logran interpelar los casos tanto como especificidad, como por el lugar que ocupan en procesos más amplios y diversos.

Los estudios de caso pueden ser únicos o múltiples. Los primeros, como su nombre lo indica centran su unidad de análisis en un único caso el cual debe permitir confirmar, cambiar, modificar o ampliar el conocimiento sobre el objeto de estudio, lo que puede ser un factor importante para la construcción teórica. Los estudios de caso múltiples, en donde ubicamos la presente investigación, se llevan a cabo con el objetivo de estudiar varios casos a la vez para analizar la realidad que se desea explorar, describir, explicar, o modificar, en este caso frente a las estrategias que diseñan las experiencias analizadas y su capacidad de incidir en la transformación de los procesos productivos y la reivindicación del campesinado (Yin, 1994). De acuerdo con López (2013:1), se considera que el diseño de caso múltiple es más robusto al basarse en la replicación y por lo tanto, en la capacidad para contrastar y contestar las respuestas que se obtienen en cada caso que se esté analizando. Al mismo tiempo, el diseño de un estudio de caso

puede estar integrado por más de una unidad o subunidades de análisis, sin embargo, es a partir de la finalidad del estudio, que éstas logran su articulación con el fenómeno de estudio y por lo tanto habilita una mayor comprensión de los contextos particulares en los que se ubican los casos seleccionados (Rodríguez, Gil y García, 1999).

De acuerdo con Yin (1994) el estudio de caso es apropiado para temas que se consideran relativamente nuevos, o que por su dinamismo se encuentran en constante transformación. Para este autor, la investigación empírica, asociada al estudio de caso, se caracteriza por: 1. Examinar o indagar sobre un fenómeno contemporáneo en su entorno real; 2. No identificar claramente las fronteras entre el fenómeno y su contexto; 3.. Utilizar múltiples fuentes de datos y; 4. Por la posibilidad de estudiar tanto un caso único como múltiples casos.

Al respecto, las experiencias que integran esta investigación son analizadas de manera situada, es decir *“considerando que las mismas ocurren en contextos históricos y espaciales específicos y están protagonizadas por una constelación plural y diversa de grupos, sujetos, organizaciones y movimientos”* (Gracia, 2015:18). Por lo tanto, para su comprensión es necesario utilizar fuentes de información que logren integrar la voz de los participantes, a otras fuentes de información, especialmente aquellas en la que ya se ha trabajado previamente y permiten tener un panorama previo. Como mencionan Glasser y Strauss (en Perry, 1998:788) *“en la práctica es difícil ignorar la teoría acumulada, ya que ésta es importante antes de comenzar el proceso de investigación; es decir, el primer conocimiento común ganado a través del proceso de socialización, inevitablemente influirá en la formulación de las hipótesis por parte del investigador [por lo tanto] comenzar sin nada o con una absoluta limpieza del estado teórico no es ni práctico, ni preferido”*.

Algunos autores plantean críticas frente a la confiabilidad y validez del método del estudio de caso (Stoeker, 1991; Venkatraman y Grant 1986; Bowen y Wiersema, 1999), sin embargo, de acuerdo con Yin (1994) para establecer la calidad de la investigación, se pueden considerar cuatro criterios: la validez del modelo o de los constructos, la validez interna, la validez externa y la fiabilidad (tabla 1). Adicionalmente, este autor señala que este método constituye una herramienta valiosa de investigación, y su

mayor fortaleza radica, en que a través del mismo se puede registrar y describir la conducta de las personas involucradas en el fenómeno estudiado.

Tabla 1 Resumen validez y fiabilidad del estudio de casos

Validez del modelo	Facilita el desarrollo de un conjunto de medidas mínimamente operativas y trata de evitar los juicios subjetivos de los investigadores en la recogida de datos. Se suelen utilizar tres estrategias para incrementar la validez del modelo: a) Utilizar múltiples fuentes de evidencias; b) Usar una cadena de evidencias y/o razonamientos; c) Hacer que terceras personas, con conocimiento del fenómeno y/o situación a estudiar, revisen los resultados del caso
Validez interna	Considera el establecimiento de relaciones causa-efecto. En los estudios de casos consiste en presentar el fenómeno de una forma creíble. Los investigadores no solo manifiestan las similitudes y diferencias de las experiencias y creencias de los participantes sino que además intentan identificar qué aspectos son significativos en el fenómeno a estudiar y qué mecanismos lo producen.
Validez externa	Se refiere a si los resultados del caso son generalizables más allá de la situación concreta que se estudia. El tipo de generalización que se utiliza en los estudios de casos es la denominada “generalización analítica” en la que una teoría previamente desarrollada puede ser utilizada para contrastar los resultados empíricos del caso.
Fiabilidad	Un estudio de casos es fiable si podemos obtener resultados similares siguiendo el mismo protocolo que los anteriores investigadores han desarrollado

Fuente: Castro (2010:49)

Una de las virtudes del estudio de caso es la forma en que se diseña y ponen a prueba los instrumentos de recolección y análisis de la información. En las primeras fases del estudio se realiza una exploración de los contextos y los sujetos que potencialmente podrán ser fuente de información y las posibilidades que representan para dar cuenta de los objetivos planteados. A lo largo de la investigación, pero en particular en las primeras etapas, el investigador podrá incorporar nuevas ideas y planteamientos que surgen como parte de la observación y descripción del fenómeno en estudio, lo que permite modificar planteamientos iniciales (López, 2013).

3.2.2 El enfoque centrado en el actor

El enfoque centrado en el actor planteado por Norman Long como propuesta metodológica, permite analizar la forma en que en las mismas o similares circunstancias estructurales desarrollan formas sociales diferentes que inciden en la forma en que los actores intentan encarar o lidiar con determinadas situaciones. Una de

sus ventajas es que *“empieza a partir del interés de explicar las respuestas diferenciales a circunstancias estructurales similares, aun cuando las condiciones parezcan más o menos homogéneas”* (Long, 2007:43).

Este enfoque reconoce la emergencia de diversas formas organizativas a partir de las interacciones, conflictos y contradicciones que se dan entre los actores, pero no solamente de los actores presentes en los encuentros cara a cara, sino también de los actores ausentes que influyen en la situación, y que por lo tanto afectan las acciones y los resultados. Al mismo tiempo, este enfoque restituye el papel del sujeto como un actor social con capacidad de incidir en las prácticas, discursos y transformaciones que buscan disputar escenarios que han sido cooptados por el orden establecido y frente a los cuales los actores asumen roles protagónicos de cambio, especialmente en contextos locales. Para esto, resulta imprescindible reconocer la heterogeneidad y diversidad cultural presente entre los protagonista y los contextos en los que se ubican.

Al mismo tiempo, esta propuesta metodológica permite analizar la articulación que existe entre las trayectorias de los individuos, los contextos, los grupos, las formas económicas que desarrollan, las posturas y formas de incidencia política, así como los mecanismos internos de diálogo y participación, y en el papel que juegan las prácticas culturales, *“reconociendo también que muchos cambios culturales son resultado de la presión ejercida por fuerzas externas, o fuerzas que pertenecen a otras unidades de comunicación, interés y sentido, a otros ‘mundos de vida’, pero que las acciones emprendidas por los actores sociales no son un reflejo o derivación de las estructuras políticas y económicas a nivel macro, sino que derivan de las actividades diarias, de las acciones de los actores y de los procesos sociales que éstas generan, y que a su vez generan la transformación de las estructuras políticas y económicas”* (Hernández, et. al., 2012: 203-204).

En ese sentido, las experiencias analizadas en esta investigación, dan cuenta de estrategias diversas diseñadas por sus participantes con el objetivo de transformar, en este caso, las estructuras dominantes del modelo agroalimentario, el cual como vimos, se expresa de formas diversas. De manera particular nos centramos en experiencias

organizativas en las que participan actores diversos con el objetivo de transformar los procesos productivos.

3.3 De la perspectiva metodológica al desarrollo de la investigación

A partir de los planteamientos teóricos que brindan los estudios de caso y el enfoque centrado en el actor, en esta investigación hemos integrado elementos que nos facilitaron reconocer la importancia de los casos seleccionados en un escenario caracterizado por las posibilidades que inauguran frente a la transformación de los procesos productivos y la reivindicación del campesinado. Este diseño metodológico nos permitió analizar tanto procesos individuales y colectivos dentro de cada experiencias, así como el papel que juegan los contextos dentro de la configuración de este tipo de experiencias, los actores que participan, sus prácticas, formas organizativas, vínculos y articulaciones.

En este apartado detallamos el diseño metodológico y las etapas de la investigación, con la intención de profundizar en algunos de los aspectos del diseño e implementación de la propuesta metodológica.

3.3.1 Diseño metodológico

Como mencionamos en el apartado anterior, esta investigación responde a un diseño de estudio de caso con múltiples casos, dos unidades de análisis y seis categorías de análisis. La tabla 2 presenta la forma en que se configura esta investigación.

Tabla 2: Diseño de investigación basado estudio de caso: los mercados locales con vínculos en lo local-regional

Casos de estudio	Colombia	Proceso de Mercados Campesinos
		AgroSolidaria - Seccional Bogotá (Bogotá)
		AgroSolidaria -Seccional Socotá (Boyacá)
	México	Mercado Artesanal y Agroecológico de José María Morelos (José María Morelos, Quintana Roo)
		Tianguis el Mayab (Cancún, Quintana Roo)
		Tianguis Alternativo de Puebla (Puebla, Puebla)
		Mercado de productos orgánicos Macuilli Teotzin (San Luis Potosí)
Unidad de análisis	Formas de participación e intervención de distintos sujetos sociales en los mercados] Productores Transformadores Intermediarios Consumidores Promotores Organizaciones de apoyo

	<p>Redes y espacios organizativos en los que integran</p>	<p>Colombia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mercados Campesinos • AgroSolidaria <p>México:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos • Comunidad de Aprendizaje para la Seguridad y Soberanía Alimentaria
Categorías de análisis	Prácticas organizativas	
	Prácticas productivas	
	Prácticas de consumo	
	Prácticas de comercialización, intercambio e intermediación	
	Prácticas para la articulación y vinculación con organizaciones de apoyo y actores externos	

Fuente: Elaboración propia a partir de diseño metodológico

Este estudio de caso parte de la identificación de un universo de experiencias que tanto en México como en Colombia se vienen consolidando con el objetivo de generar transformaciones a los sistemas agroalimentarios locales, a partir del diseño de diversas estrategias que buscan mayores grados de incidencia y visibilización dentro de los contextos en los que se ubican. Estas experiencias, algunas más incipientes que otras, reconocen los procesos de exclusión y negación del campesinado en diferentes contextos.

En este escenario, nos interesamos por aquellas que contaran o hubiesen contado con vínculos más amplios. En ese contexto, el estudio de caso fue definido a partir de “*mercados locales con vínculos en lo local-regional*”. Esta definición del caso de estudio permitió identificar aspectos transversales de la propuesta teórica y del análisis que presentamos a lo largo del documento. Por un lado, consideramos el papel que juega el mercado como un espacio en disputa en el que confluyen diversos actores y prácticas que se integran en el contexto local de diferentes formas, y por el otro, reconocemos la importancia de los vínculos y articulaciones con procesos más amplio y su incidencia tanto en la emergencia de cada experiencias, como en las trayectorias de sus participantes.

La selección de los casos de estudio se modificó durante la investigación a raíz de coyunturas políticas en el contexto colombiano -la cuales ampliaremos en el próximo

capítulo- que impidieron la continuidad de los espacios de comercialización presenciales que integraban el proceso de Mercados Campesinos. Pese a esto, la relevancia de este proceso dio lugar a un rediseño, en el que consideramos que la experiencia acumulada de más de doce años permitiría indagar en los efectos, estrategias y trayectorias de este proceso.

Para los casos seleccionados definimos dos unidades de análisis caracterizadas por *las formas de participación e intervención de distintos sujetos sociales en los mercados, y por las redes y espacios organizativos en las se integran [los casos de estudio]*. Estas unidades están integradas a su vez por cinco categorías de análisis que dan cuenta de las prácticas que dan sentido a la participación de cada uno de los sujetos identificados, así como de la incidencia de las redes más amplias en la configuración de las prácticas productivas y organizativas.

A partir de salidas exploratorias y de la revisión de diferentes fuentes de información, identificamos cinco roles comunes, asociados a las sujetos sociales que intervienen en los casos seleccionados: productores, transformadores, intermediarios, consumidores, promotores, y organizaciones de apoyo (instituciones académicas, asociaciones civiles, organizaciones no gubernamentales, iglesias, instituciones/instancias gubernamentales, entre otras). Esta identificación previa facilitó el diseño de las herramientas e instrumentos de recolección de la información.

Para dar cuenta de la unidad de análisis se plantearon cinco categorías, a partir de las cuales se buscó ahondar en el tipo de prácticas organizativas, productivas, de consumo, de comercialización e intercambio, y aquellas referentes a los vínculos, apoyos y alianzas. A medida que avanzo del trabajo de campo emergieron aspectos que no habían sido contempladas en el diseño inicial dando lugar a una sexta unidad de observación (tabla 3).

Tabla 3: Categorías de análisis

Prácticas organizativas	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de organización – estructura organizativa • Visibilidad dentro de los contextos locales-regionales-nacionales • Percepción frente a las etapas del proceso productivo
Prácticas productivas	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de producción (acceso y tenencia de la tierra, abastecimiento y tipo de insumos,

	<ul style="list-style-type: none"> relaciones de producción) • Funciones (hombres, mujeres, jóvenes) • Vínculos con la comercialización • Procesos de certificación • Acceso a la información • Diversificación y transformación de productos • Percepción frente a las etapas del proceso productivo
Prácticas de consumo	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de consumidor • Relación con los consumidores • Percepción frente a las etapas del proceso productivo
Prácticas de comercialización e intermediación	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de intercambios/intermediación • Diversificación espacios de venta • Vías, medios de acceso y distancia a mercados • Mecanismo de precios/seguridad de venta • Acceso a transporte e información • Percepción frente al intermediario • Vínculo urbano-rural • Percepción frente a las etapas del proceso productivo
Prácticas para la articulación y vinculación	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de actores involucrados • Formas de apoyo y de participación • Percepción de los participantes frente al proceso/frente al apoyo-alianza • Motivos e incentivos asociados a los apoyos • Temporalidad de los apoyos
Aspectos estructurales	<ul style="list-style-type: none"> • Incidencia y reconocimiento político • Cambios y conflictos sociales, políticos y económicos • Efectos del modelo agroalimentario

Fuente: Elaboración propia a partir de diseño metodológico.

Dentro de las *prácticas organizativas* reconocemos en este tipo de experiencias diversas de expresiones organizativas integradas por actores, recursos, problemáticas y estrategias diversas. Nos interesa profundizar en las estructuras -formales o informales- presentes en cada caso, así como en los mecanismos de participación y la toma de decisiones, las funciones y responsabilidad que asume cada rol, así como los acuerdos, normas y reglas internas. Por otro lado, abordamos aspectos relacionados con la incidencia política, como la capacidad de los actores para generar espacios de participación que permitan afianzar procesos organizativos con la capacidad de transmitir demandas y reivindicaciones en diferentes escenarios, incluyendo los espacios cotidianos.

Las *prácticas productivas* integran las características de las unidades de producción con el tipo de producción que allí se desarrolla, considerando diferentes elementos

entre los que sobresalen la lucha y defensa por la tierra y el territorio, el abastecimiento y tipo de insumos que se utilizan y su vínculo con la posibilidad de generar mayores grados de autonomía frente a la producción. Por otro lado, indagamos en los vínculos con la comercialización en la medida que su análisis aporta elementos para pensar la transformación de esta etapa del proceso productivo. Para esto, previamente se identificaron aspectos relevantes como los procesos de certificación, el acceso a la información y los procesos de transformación y diversificación de productos. Como veremos en los capítulos de análisis, estos ejes se traducen en el diseño de estrategias diversas que permiten la transformación de las prácticas productivas.

En torno a las *prácticas de consumo*, en esta investigación no se contempló profundizar en el rol de los consumidores desde su propia percepción, sin embargo, se profundizó en la percepción de los productores y promotores, frente al tipo de consumidores con los que se relacionan, permitiendo de esta manera caracterizar las relaciones que existe entre productores y consumidores.

Las *prácticas de comercialización e intermediación* constituyen una de las principales apuestas de esta investigación, no sólo porque el objetivo de los espacios de comercialización apunta al diseño de estrategias que le permita al campesinado acceder a mejores condiciones de negociación y por lo tanto mayores grados de autonomía, sino porque en esta etapa se ponen en juego principios y valores que abonan a reivindicaciones y demandas que cuestionan y disputan estructuras de poder que desplazan, controlan, concentran canales de comercialización. Al mismo tiempo, dentro de esta etapa indagamos en el tipo de intercambios y formas de intermediación, reconociendo en esta última una de las principales problemáticas, pero también una estrategia que podría aportar elementos para generar alternativas frente a la intermediación convencional.

Las *prácticas para generar vínculos, apoyos y alianzas* se analizan a partir del papel que juegan en frente a la configuración de las diferentes etapas del proceso productivo, así como dentro de los procesos organizativos y las formas de participación. También se indagó acerca del tipo de actores y de las formas en que se involucran en los procesos, las etapas en las que participan, los motivos del apoyo y su temporalidad.

Adicionalmente, se ahondó en el sentido que le otorgan los participantes a este tipo de actores y formas de apoyo.

Finalmente, durante el trabajo de campo y de sistematización, surgieron *aspectos estructurales* los cuales se manifiesta de diversas formas diversas y aportan elementos para la discusión frente a las posibilidades que inauguran estas experiencias. Para eso la forma en que se dinamizan los procesos de incidencia y reconocimiento política resulta relevantes en la medida que permiten identificar actores, demandas y posturas frente a la transformación de los procesos productos y de manera particular frente a la reivindicación del campesinado. También, dentro de esta categoría ubicamos la forma en que inciden los cambios y conflictos sociales, políticos y económicos, así como el modelo agroalimentario dentro de las prácticas y sus participantes.

3.3.2 Etapas de la investigación

La investigación estuvo integrada por cuatro etapas entre las que existió un diálogo continuo que permitió realizar ajustes que potenciaran el diseño y las herramientas metodológicas a medida que avanzaba la investigación.

Tabla 4: Etapas de la investigación y principales componentes.

Etapas	Componentes
1. Planteamiento del problema y perspectiva metodológica	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño metodológico • Diseño del estudio de caso • Definición de las unidades de análisis y observación • Criterios de selección de los casos susceptibles de ser elegidos
2. Revisión de fuentes secundarias de información y diseño herramientas de recolección de la información	<p>Revisión de fuentes secundarias de información:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Censos y encuestas agrícolas • Notas periodísticas • Artículos de difusión y académicos • Redes sociales
	<p>Diseño de instrumentos recolección de datos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Salidas exploratorias • Información producida a partir de entrevistas semiestructuradas • Información producida a partir de Observación participante y no participante • Diario de campo
3. Trabajo de campo	<ul style="list-style-type: none"> • Selección de informante clave • Visitas a los mercados • Visitas a unidades de producción

	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en días de mercado • Asistencia a eventos académicos y no académicos • Visitas a procesos complementarios
4. Sistematización y análisis de la información	<ul style="list-style-type: none"> • Transcripción • Sistematización y análisis en el programa de análisis cualitativo Atlas.Ti 7.5.4

Fuente: Elaboración propia a partir de las etapas de la investigación.

La primera etapa integró el diseño de la investigación, desde la revisión preliminar del universo de estudio hasta los criterios y selección de los casos, detallados en el apartado anterior. La segunda etapa estuvo integrada por dos momentos, la búsqueda de información de fuentes secundarias y el diseño de los instrumentos para la recolección de información en campo. Para la búsqueda de fuentes secundarias (tabla 5) se consultaron los censos y encuestas agrícolas más recientes de ambos países realizados por las instituciones oficiales de cada México y Colombia². También se recurrió a la revisión de notas periodísticas en los principales diarios, revistas y medios informativos de cada país, así como la búsqueda en bases de datos académicas que permitieran recuperar investigaciones que abordaran experiencias similares. Una fuente de información relevante fueron las redes sociales, plataformas virtuales como Facebook o Twitter, se convierten en una fuente de información a través de la cual fue posible conocer eventos, entrevistas, comunicados, posturas y reacciones a situaciones que se desarrollan en contextos más amplios.

Tabla 5: Fuentes secundarias de información

Censos agrícolas	Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE-Colombia: Censo Nacional Agropecuario 2014, Encuesta Nacional Agropecuaria 2014) y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI: Censo agropecuario 2007, Encuesta Nacional Agropecuaria 2014)
Notas periodísticas	Revisión de los principales diarios y fuente periodísticas que permitan conocer y describir cada contexto
Artículos de difusión y académicos	Artículos académicos, tesis e informes
Redes sociales	A través de las redes sociales, diversos grupos difunden información relevante que describen diversos análisis, experiencias y casos.

Fuente: Elaboración propia

Los instrumentos para la recolección de la información (tabla 6) contemplaron el diseño de entrevistas semiestructuras y guías de observación, que fueron puestas a prueba durante salidas exploratorias tanto en México, como en Colombia. Las entrevistas semiestructuradas estuvieron diseñadas a partir de las unidades y categorías de análisis. De acuerdo a los roles identificados, cada entrevista buscaba ahondar en las prácticas y percepciones que cada sujeto tenía a partir de su experiencia, funciones y trayectorias. Dentro de los instrumentos, además de las entrevistas -que fueron la herramienta principal para la recolección de la información- se diseñaron guías de observación participante y no participante con las que se profundizó en aspectos cotidianos no expresados en las entrevistas que también se captaron mediante charlas informales en las que si bien no existía un formato, la posibilidad de conocer otros aspectos de la vida cotidiana de los participantes permitió ampliar algunos aspectos que la grabadora inhibe -las impresiones de estos diálogos fueron registrada en un diario de campo. Además, como elemento determinante para la caracterización de este tipo de experiencias se tuvo en cuenta la ubicación, el acceso, la distribución del lugar, el tipo de información visual que se expone, así como algunas dinámicas que se dan entre los productores antes y después del día de mercado, diálogos, acuerdos, intercambios, reuniones, propuestas, entre otras, aspectos que fueron integrados en el diario de campo.

Tabla 6: Instrumentos de recolección de la información

<p>Información producida a partir de entrevistas semiestructuradas <i>productores, promotores, intermediarios, consumidores, actores externos</i></p>	<p>Según conformación organizacional de cada mercado y de acuerdo al mapeo de actores, la entrevistas se realizaron a informantes clave de cada caso, así como a líderes campesinos, dirigentes, políticos y personas asociadas a las experiencias y a la academia, que puedan ofrecer puntos de vista complementarios.</p>
<p>Información producida a partir de Observación participante y no participante (Hammersley, y Atkinson, 1994)</p>	<p>Se participó en actividades realizadas en las diferentes experiencias para conocer directamente algunas de las variables planteadas y eventualmente plantear otros aspecto no contemplados.</p>
<p>Diario de campo</p>	<p>Posterior a las entrevistas o visitas realizadas a la unidades de producción, se grabaron notas de voz con el objetivo de recuperar las percepciones del investigador en campo.</p>

Fuente: Elaboración propia

La tercera etapa de la investigación contempló el trabajo de campo, el cual se desarrolló en dos periodos de tiempo, entre abril y agosto de 2016 en Colombia, y entre marzo y julio de 2017 en México. El acercamiento con las personas que participaron de las entrevistas, se caracterizó por la identificación previa de informantes clave, en donde a partir de la estrategia de la bola de nieve (Bertaux, 1997) se realizaron diálogos con líderes y productores de cada experiencia. Las entrevistas realizadas a productores e intermediarios se desarrollaron durante los días de mercado y en algunos casos en visitas a las unidades de producción -principalmente en Colombia donde el acceso a un vehículo particular facilitó los desplazamientos y las visitas. La duración de estas entrevistas varió de acuerdo al contexto en el que se desarrollaron, mientras que las realizadas en las unidades de producción fueron extensas y detalladas, las que se realizaron en los días de mercado en ocasiones fueron intermitentes, pausadas y en algunos casos se realizaron en diferentes momentos. En cuanto a los promotores, teniendo en cuenta que la mayoría de quienes cumplen esas funciones viven en las ciudades en donde se ubican los mercados, la posibilidad de concretar citas en días diferentes al mercado permitió que se realizaran de manera más estructurada y fluida. Situación similar se vivió con los sujetos que identificamos como representantes de organizaciones de apoyo, principalmente personas asociadas a instituciones académicas y asociaciones civiles.

En total se realizaron 57 entrevistas (tabla 7) , de las cuales 31 se hicieron en Colombia y 26 en México. El mayor número de participantes se identificaron como productores, sin embargo, algunos cumplen diferentes roles dentro de los procesos que integran. Llama la atención el hecho de que solo uno de los entrevistados se identificó como intermediario, pese a que durante algunas entrevistas los participantes reconocen que realizan funciones de distribución. En el anexo 1 se detalla el número y tipo de entrevistas que se realizaron en cada caso.

Tabla 7: Número de entrevistas realizadas durante trabajo de campo según roles

Caso	Productores	Promotores *	Intermediarios	Actores externos	Total
Colombia	18	6	0	7	31
Mercados Campesinos	12	3	n/a	n/a	15

AgroSolidaria -Bogotá	2	1	n/a	n/a	4
AgroSolidaria -Socotá	4	2	n/a	n/a	8
México	14	4	1	7	26
Agroecológico de José María Morelos	2	1	n/a	n/a	3
Tianguis el Mayab	4	1	n/a	n/a	3
Alternativo de Puebla	6	1	1	n/a	8
Macuilli Teotzin	2	1	n/a	n/a	3
Total	31	10	1	14	57

* Acá solo mencionamos a quienes desarrollan exclusivamente funciones de promotores, pese a que muchos productores y actores externos también participan de estas funciones.

Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de las entrevistas quedaron en registro de audio, previa autorización de los entrevistados, posteriormente fueron transcritas. En los casos en donde los entrevistados manifestaron algún inconveniente con la grabación, se realizaron notas de campo. Al mismo tiempo, el diario de campo se realizó principalmente a partir de notas de voz realizada por el investigador al finalizar los días de visitas.

Durante el trabajo de campo, además de participar de los mercados presenciales, se realizaron visitas a las unidades de producción y a espacios de comercialización similares en los que también participan los productores de los mercados seleccionados, así como a diversos foros y encuentros en donde se abordaron temas vinculados con el contexto rural de cada país (anexo 2). Finalmente en México, en el marco de un proyecto más amplio, se participó en la organización y realización del “Primer encuentro peninsular de iniciativas en torno a la alimentación y el cuidado de las semillas nativas: Soberanía alimentaria para el desarrollo local”³ espacio en el que participaron algunos de los mercados incluidos en esta investigación, junto con otro tipo de experiencias, permitiendo integrar otras voces a los análisis de la investigación.

Durante la última etapa de la investigación se llevó a cabo la sistematización y análisis de la información. Las entrevistas, guías de observación y el diario de campo fueron sistematizados a partir del programa para análisis cualitativos Atlas.Ti. 7.5.4. Para esto, se diseñaron 86 códigos (anexo 3), distribuidos en seis familias asociadas a las unidades de análisis. El diseño de los códigos se realizó durante la etapa preliminar

teniendo en cuenta las unidades y categorías de análisis, al mismo tiempo, algunos códigos fueron creados *in vivo* a medida que se fueron revelando durante la sistematización. Una vez transcritas las entrevistas y después de haber ingresado los códigos, se utilizaron las diversas herramientas que ofrece el programa seleccionado para ampliar el análisis a través de las redes y vínculos que fueron surgiendo.

3.4 La metodología tras bambalinas (voz del investigador)

El diseño metodológico de esta investigación, desde su emergencia planteó diferentes desafíos, algunos se convirtieron en virtudes de la investigación y otros evidenciaron algunas de sus limitaciones. La selección y el número de casos, los contextos en donde se ubican y las distancias geográficas entre cada caso, la intermitencia y el número de participantes fueron algunos de los aspectos que se manifestaron a lo largo de las etapas de la investigación, dando lugar a algunos contratiempos.

Frente a la selección de los casos, si bien se diseñaron criterios, se realizaron visitas exploratorias y acotamientos a partir las diferentes experiencias que existen tanto en Colombia como en México, la selección final planteó limitaciones para la investigación. Quizá la más relevante tuvo que ver con la coyuntura de Mercados Campesinos y la necesidad de resolver e improvisar en el terreno. Pese a esta situación, considero que la forma en que se resolvió se transformó en una virtud en la medida que logré recuperar información clave de quienes participaron en este proceso, lo cual se reflejó en la riqueza de las entrevista que realice a sus participantes.

Al respecto, un factor que marca la diferencia y que se evidencia a lo largo de la investigación es la relevancia que tuvo Mercados Campesinos frente a los demás. Lo cual se explica por el contexto en el que se ubica y la posibilidad de realizar la entrevista y las visitas a las experiencias seleccionadas en Bogotá. A diferencia de Mercados Campesinos y AgroSolidaria - Bogotá, que se ubican en la capital del país, los otros casos se ubican en contextos ajenos al investigador y en los que el tiempo destinado para cada caso no permitió la misma intensidad. Por lo tanto, el número de entrevistas varió significativamente entre los casos seleccionados.

Pese a que el tiempo que se destinó para el trabajo de campo en cada país fue similar (4-5 meses) aspectos puntuales de cada mercado no se lograron explorar al máximo.

En el caso de AgroSolidaria – Socotá (municipio ubicado a más de cinco horas de Bogotá), durante el tiempo de estancia en Colombia tuvo lugar un bloqueo en las carreteras del país, lo que impidió el ingreso al casco urbano del municipio durante las fechas que se habían contemplado inicialmente, lo que generó que la visita se pospusiera y con esto que se acotara el tiempo de estancia.

Los casos mexicanos, a excepción del Alternativo de Puebla, están vinculados a instituciones académicas, lo que genera una situación que aunque evidente no se contempló: el periodo de vacaciones. Durante este periodo los encuentros presenciales se suspenden y los productores deben buscar otro tipo de mercados, lo cual implicaba mayores recursos y tiempos de estancia.

Una vez superados estos obstáculos y haber concluido la etapa de recolección de la información, el proceso de sistematización evidencio el reto que supone alejarse de la estructura de la entrevista, situación recurrente durante los diálogos realizados. Esta situación dio lugar a que los encuentros estuvieran llenos de información valiosa, de anécdotas e historias, algunas relevantes para la investigación, otras para la construcción de la confianza con los participantes. Esto me permitió reconocer que el papel como investigador va más allá de simple recolección de la información, muchas veces se trata de voces que quieren ser escuchadas, de voces que quieren hablar de otros temas y al escucharlos e indagar en sus historias, el papel de la investigación también se nutre y se resignifica. Sin embargo, este tiempo de escucha se trasladó al trabajo de escritorio donde la transcripción y codificación de las entrevistas requirió un poco más del tiempo proyectado.

Frente al proceso de sistematización, uno de los grandes aciertos fue el uso del programa de análisis cualitativo Atlas.Ti. 7.5.4, el cual despliega una diversidad de opciones para el análisis, las cuales fui descubriendo a medida que avanzaba en esta etapa y que aun continuo descubriendo. Considero que la forma en que utilicé el programa, me permitió identificar aspectos que no habrían sido posibles de analizar sin esta herramienta.

Finalmente, considero que el diseño metodológico constituye una etapa relevante del proceso de la investigación, en la medida que permite tener un antes y después, volver

al estado inicial y evidenciar que la investigación es dinámica, que estamos ante personas que muchas veces dicen lo que queremos escuchar y en otras escuchamos lo que queremos que nos digan. La investigación entonces se construye desde nuestras posturas e intereses. La mía acá, es reconocer en estos procesos, personas y lugares la posibilidad de cambio, de imaginación, la importancia de la organización, de la acción, y de poder compartirla.

Capítulo 4

Contexto de la investigación. De las cifras globales y los censos agropecuarios a las experiencias analizadas

4.1 Introducción

La descripción de los contextos en los que se ubican las experiencias seleccionadas permite entender su importancia a nivel local, regional y nacional, así como reconocer los medios, recursos y marcos normativos que las atraviesan e inciden en su configuración. Su estudio facilitara la presentación de los principales hallazgos de esta investigación, a partir de la pues en escena de las semejanzas y diferencias contextuales de cada uno de los casos analizados y por lo tanto de las relaciones, actores, problemáticas y estrategias que se discutirán más adelante.

Aunque los contextos históricos, sociales, políticos y económicos de las experiencias analizadas sean diversos y, en ocasiones, puedan llegar a plantear contradicciones, las formas en que se manifiesta la presencia del capital en las diversas etapas del proceso productivo, junto con las problemáticas y desafíos que debe enfrentar el campesinado y sus formas organizativas, son similares entre sí.

Para analizar esta situación, el primer apartado de este capítulo presenta aspectos relevantes de la situación del campesinado y del modelo agroalimentario a nivel mundial. Este panorama, refleja un escenario generalizado de desigualdad, injusticia y abandono para el campo y sus habitantes, por lo que la emergencia de procesos productivos y organizativos que buscan transformar dicho panorama cobra importancia en ambos. Para esto revisamos algunos de los trabajos realizados por organismos internacionales como el Banco Mundial, la Organización de la Nacionales Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) o el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Adicionalmente, identificamos otro tipo de trabajos realizados por organizaciones de sociedad civil internacionales entre las que destacamos los informes realizados por Grain, Oxfam, Grupo Etc o el Mecanismo de la Sociedad Civil (MSC).

El segundo y tercer apartado abordan el contexto colombiano y mexicano, junto con los casos seleccionados en cada país. Para esto analizamos las cifras presentadas por

diversos informes emitidos por instancias oficiales de cada país que retratan la actualidad del campo. De manera particular para el contexto colombiano, recuperamos la información presentada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) basado en la Encuesta Nacional Agrícola de 2014 y el Censo Nacional Agropecuario de 2016. Para el contexto mexicano partimos de la información arrojada por el Censo Nacional Agropecuario de 2007 y su actualización en 2016, censos realizados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), así como diversos trabajos periodísticos que permiten ampliar el panorama de la situación del mundo rural en México y Colombia.

Al mismo tiempo, se indaga en los marcos normativos vigentes y la forma en que se articulan con las experiencias analizadas, en particular con sus propuestas en torno a la transformación de los procesos productivos y la reivindicación del campesinado como un actor social, político y económico. Finalmente, se describen los procesos de distribución de alimentos en cada país con el ánimo de reconocer la importancia de las propuestas planteadas por las experiencias analizadas.

La presentación de los casos está basada en la información recabada durante las entrevistas, por lo tanto, la profundidad con la que se presenta cada experiencia varía en función del número de entrevistas y el tipo de actores que participaron (ver capítulo 3). Este apartado sirve de antesala para comprender el papel que juegan los contextos locales en la emergencia de este tipo de procesos organizativos y productivos lo cual se analizará en los capítulos de resultados. La presentación de los casos aborda la trayectoria de cada proceso, sus etapas y formas organizativas, el tipo de participantes, roles, apoyos y alianzas que han permitido potenciar cada experiencia. Posteriormente, resaltamos las formas en que se articulan con actores (experiencias similares, organizaciones de apoyo) y discursos (agroecología, soberanía alimentaria, economía social y solidaria, campesinado) que les permite disputar espacios físicos y simbólicos en diferentes niveles. Finalmente, el cuarto apartado presenta las convergencias y divergencias identificadas en cada experiencia.

4.2 Los campesinos en el contexto mundial

Las poblaciones rurales de todo el mundo -campesinas, pueblos originarios, trabajadores agrícolas, campesinas y campesinos sin tierra, pescadores, consumidores, mujeres y jóvenes- enfrentan grandes desafíos impuestos por el modelo económico dominante y sus efectos en los sistemas agroalimentarios locales (LVC, 2017:4), situación que agrava con el aceleramiento de las actividades extractivas de la industrialización de la agricultura, ganadería y pesca, minería a gran escala y megaproyectos (represas, paneles solares, turismo y proyectos de infraestructura), que tienen un común denominador: “el acaparamiento masivo de los territorio y el cambio de uso de los suelos” (LVC, 2017; Sosa, 2014).

A estas actividades se le debe agregar la concentración de los mercados, tanto de insumos (incluyendo semillas, agua y tierra), como los canales por donde circulan los productos (Delgado, 2010). Como consecuencia de esto, surgen múltiples conflictos territoriales manifestados en formas de violencia contra los pueblos y líderes que resisten ante este modelo de desarrollo, enfrentando una fuerte criminalización que lleva a persecuciones, judicializaciones, encarcelamientos y otras formas de violencia ejercida por “las fuerzas de seguridad del Estado -policías, militares y, en algunos casos, paramilitares o fuerzas de seguridad privada” (LVC, 2017:24).

A partir de la forma en que se nombra y se le reconoce al campesinado, dentro de los marcos constitucionales, constituye una de la principales razones por las cuales la vida en el campo se debate entre las actividades productivas y la defensa y lucha de los intereses individuales y colectivos. Su recurrente invisibilización y negación, ubican al campesinado -erróneamente- en una etapa de transición entre el empresariado agrícola o su proletarización (capítulo 2), lo que ha generado que no se le reconozca como un grupo culturalmente diverso y diferenciado del resto de la población. Esta situación se refleja en los censos y encuestas agropecuarias que como veremos más adelante no contemplan una categoría que refiera al campesinado, haciendo imposible conocer las realidades del campo.

A la invisibilización del campesinado por parte de instancias oficiales, se le debe agregar la imposición de categorías que desconocen su heterogeneidad, los contextos

en los que se ubican, el tipo de prácticas que desarrollan y la forma en que resuelven sus necesidades, en otras palabras, la forma en que se buscan los diferentes balances - sociedad-naturaleza, producción-reproducción, recursos internos-externos, autonomía-dependencia, y escala-intensidad de la agricultura (capítulo 2). Una de las categorías que se ha posesionado a nivel mundial, ha sido la de agricultor familiar (Herrera-Jaramillo, et.al., 2016). De acuerdo con De la O y Garner (2012) a nivel mundial existen al menos 36 definiciones de agricultura familiar, 12 de las cuales corresponden a América Latina. Esta diversidad de definiciones, es reflejo de la dificultad de integrar al campesinado dentro de una misma categoría y por lo tanto la importancia de reconocer su heterogeneidad.

El esfuerzo por imponer la agricultura familiar como una categoría homogénea, se evidencia en la intención de la FAO de haber designado el año 2014 como el *Año Internacional de la Agricultura Familiar* y proponer el *Decenio de la Agricultura Familiar 2019-2028*. Estos esfuerzos por institucionalizar el campesinado, la agricultura, la agroecología, entre otras (Giraldo y Rosset, 2016) se refleja en la incorporación de lenguajes y definiciones que crean confusión y fragmentación entre las organizaciones campesinas rurales y urbanas.

Ante este escenario, algunas organizaciones e instituciones continúan en la tarea de generar información que permita revelar las realidades de la población rural a nivel mundial, más allá de lo que muestran los censos y encuestas nacionales. Dentro de los resultados aportados por GRAIN (2014) se encontró que al menos el 70% de las tierras agrícolas mundiales corresponde a familias agricultoras. Previamente, en 2008 un estudio publicado por varias agencias de Naciones Unidas⁴ concluían que estas familias ocupaban el 60%. Si bien las cifras no se encuentran muy alejadas, la forma en que se interpretan y el uso que le dan para el diseño de planes y programas de apoyo plantean diferencias categóricas. Esta situación se refleja en las demandas de los grupos y organizaciones campesinas fundadas sobre la redistribución de la tierra, sin embargo *“con estas cifras no es sorpresa que los temas de reforma agraria o restitución territorial ni siquiera se mencionen”* GRAIN (2014:2).

A pesar de que la mayoría de la tierra aparentemente está en manos de familias agricultoras, siguen siendo éstas las que más sufren de hambre. De acuerdo con el Grupo de Trabajo sobre el Hambre de la ONU, la gente con más hambre a nivel mundial se concentra en áreas rurales y la mayoría son agricultores o trabajadores agrícolas sin tierra, es decir, cerca del 80% de la población mundial que padece de hambre vive en zonas rurales. De acuerdo con la FAO (2012) el 60% de todas las personas que sufren hambre crónica son mujeres.

En América Latina 120 millones de personas viven en el campo, de los cuales 62 millones son pobres y 35 millones no pueden satisfacer sus necesidades alimentarias, aunado a esto el informe menciona que una de las contradicciones más importantes para el análisis del sector rural en general y del campesinado en particular, es el hecho que del total de los habitantes del campo el 66% padecen hambre (FAO, 2012).

Para analizar esta contradicción, de acuerdo a la información disponible sobre la tierra que está realmente en manos de campesinos e indígenas, el informe *“Hambrientos de tierra”* (GRAIN, 2014) señala que más del 90% de las fincas a nivel mundial pertenecen a categorías que las ubican como “pequeñas unidades” -de acuerdo a la forma en que son categorizadas en cada país- con un promedio de 2.2 hectáreas. Al mismo tiempo, se observa que pese integrar la mayoría de las fincas a nivel mundial, éstas ocupan menos de un cuarto (24.7%) de la tierra agrícola disponible, cifras que se reduce al 17.2% si se excluye a China e India.

De manera particular, según este informe, en América Latina el 80.1% de las fincas corresponden a pequeñas unidades de producción, ocupando menos del 20% del total de la tierra agrícola disponible. Estas cifras reflejan la desigualdad en la distribución de la tierra y los procesos de concentración que se han venido afianzando en la región a raíz de la presión ejercida por la industria agroalimentaria y de las actividades extractivas y los monocultivos. Adicionalmente, este informe resalta que las cifras presentadas podrían ser aún más alarmantes si se tuvieran en cuenta los tipos de propiedad de la tierra y la informalidad en su tenencia y si la información disponible contemplara al campesinado como una categoría diferenciada al momento de realizar los censos y encuestas agropecuarias.

Este panorama se corrobora con la interpretación del coeficiente Gini para la distribución de la tierra, el cual mide la desigualdad en su distribución con un número entre 0 y 1, en donde el 1 representa la máxima desigualdad. Para América el coeficiente Gini es de 0.79, el más alto en comparación con otras regiones -Europa (0,57), África (0,56) o Asia (0,55) (Oxfam, 2016).

A partir del análisis de los censos agropecuarios de 15 países latinoamericanos el informe *“Desterrados: tierra, poder y desigualdad en América Latina”* observa que el 1% de las fincas más grandes ocupan más de la mitad de la superficie agrícola, o lo que es lo mismo, el 1% de las fincas concentra más tierra que el 99%. Dentro de la información presentada, el caso colombiano es el más desigual de la región, en donde las fincas de 500 hectáreas representan el 0.4% de las fincas y concentran el 67.6% de la tierra productiva. En México la situación no es muy diferente, ya que el 1% de las fincas concentran el 56.02% de la propiedad de la tierra (Oxfam, 2016).

Los diversos informes y diagnósticos coinciden en problemáticas comunes para el contexto latinoamericano: la expropiación de tierras, desalojos y desplazamientos forzosos; la discriminación sexual (el rol de la mujer); ausencia de reforma agraria y de políticas de desarrollo rural, pérdida de diversidad genética y soberanía alimentaria; falta de protección social, bajos salarios agrícolas, además de la represión y penalización de los movimientos de defensa de los derechos de las personas que trabajan en zonas rurales (Emanuelli y Gutiérrez, 2013; Robles y Concheiro, 2014).

Pese a este panorama, la mayor parte del abasto alimentario a nivel mundial está en manos de los productores campesinos e indígenas y circula en mercados locales y nacionales. De acuerdo con ETC Group (2017:6) “Los campesinos son los principales - y en ciertos casos los únicos- proveedores de alimentos para más del 70% de la población del mundo, y producen esta comida con menos del 25% de los recursos”, y adicionalmente se tiene que “a escala mundial, más del 80% de los pequeños productores operan en mercados de alimentos locales y nacional”.

Según MSC (2016) la mayor parte de los alimentos se producen, procesan, comercian o distribuyen y consumen en un territorio determinado, de allí la importancia que tiene el visibilizar procesos organizativos y productivos integrados por diversos grupos de

campesinos alrededor del mundo quienes, a pesar de ser invisibilizados y condenados a desaparecer, continúan siendo la principal fuente de abasto alimentario para un amplio sector de la población.

Las cifras hasta ahora presentadas muestra que, pese a las desigualdades en la concentración de la tierra, los sistemas productivos campesinos - agroecológicos son más eficientes que las grandes extensiones de tierra (Toledo, 2002; Rosset, 1999). Adicionalmente, expresan la importancia de los contextos locales para la transformación de los procesos productivos y organizativos, así como la posibilidad de transmitir demandas y reivindicaciones en escenarios más amplios. De ahí la importancia de analizar las estrategias que diseñan sus participantes (productores, intermediarios, consumidor, promotores), y las formas en que se articulan con procesos locales, regionales y nacionales.

4.3 Contexto colombiano: el campesinado entre la negación institucional y la lucha por su reconocimiento político

En Colombia, la situación del campesinado ha estado enmarcada dentro un escenario de negación e invisibilización por parte del estado. Esto ha hecho que los procesos organizativos transiten a lo largo de la historia entre formas de acción defensivas y reaccionarias, ha formas de acción reivindicativas, expresadas a través de los vínculos que crean con movimientos sociales nacionales e internacionales (Tobasura, 2005). Sin embargo, se ha mantenido una tendencia de exclusión y concentración de la tierra y los medios de producción (Fajardo, 2012).

Para comprender dicha situación, es preciso revisar algunos hechos históricos en torno al campesinado. Durante el siglo XX, el primer intento por redistribuir la propiedad de la tierra fue la Ley 200 de 1936, conocido como Ley de tierras, “dirigida a formalizar la propiedad agraria y a utilizarla de manera productiva; para ese efecto la norma introdujo el criterio de la función social de la propiedad como principio para legalizar su tenencia” (Fajardo, 2014:69). La expedición de esta ley se ubicó en un contexto en el cual el vínculo que se dio entre las organizaciones campesinas y los partidos políticos de izquierda -Partido Comunista y Unión Nacional de Izquierda Revolucionaria- motivó enfrentamientos entre terratenientes y campesinos.

Con el ánimo de apaciguar los enfrentamientos y “dotar” a los campesinos de herramientas para enfrentar a los terratenientes se promulgó esta ley. Una vez cumplido el objetivo de contener a los campesinos, su implementación se desvaneció en el corto plazo y terminó por favorecer a las clases dirigentes, quienes a partir de diversos arreglos lograron conservar los títulos sobre la propiedad de la tierra, llegando incluso a desplazar a los campesinos que habían resultado favorecidos por dicha ley (Chaparro, 2014).

La creciente desigualdad y el fracaso de la ley de tierras, se reafirmó a través de la implementación de la ley 100 de 1944, la cual puede ser interpretada como una contrarreforma a la ley 200 de 1936. El efecto inmediato que tuvo esta ley, fue retirar cualquier tipo de garantías sobre la propiedad de la tierra y su usufructo a colonos y campesinos, legitimando su expulsión, y profundizando la desigualdad y, las condiciones de pobreza de los habitantes rurales (Fajardo, 2014).

Como consecuencia de las constantes represiones hacia la organización campesina por parte del estado, se dieron manifestaciones de resistencia armada, dando lugar a la creación de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC-EP) y el Ejército de Liberación Nacional (ELN). De acuerdo con Toro (1985), era innegable la relación entre la guerra, la concentración de la propiedad y la pobreza en los campos.

Con un panorama de violencia y desigualdad, el gobierno de Estados Unidos, liderado por el presidente John F. Kenedy, impulsó una Reforma Agraria en el marco de la *“Alianza para el Progreso”* en varios países de América Latina (Sampaio, 2005), con el objetivo de mitigar los procesos de insurgencia campesina en la región inspirados en la Revolución Cubana (Tobasura, 2005). En Colombia se implementó a través de la ley 135 de 1961, desarrollada a través de la ley 1 de 1968, la cual decretaba a la organización de la Asociación Nacional de Usuarios Campesinos (ANUC) como interlocutores de la propiedad de la tierra (Fajardo, 2012). Sin embargo, los intentos de Reforma Agraria se desarrollarían sin éxito en diferentes etapas entre 1961 y 1988. Dentro de las acciones que se llevaron a cabo sobresale la presencia de misiones de técnicos, dotación de equipos, además de entrenamiento técnico y asesoría a las fuerzas armadas colombianas –reafirmando la relación entre la violencia y la tierra. Este

último eje representaba la esencia de la alianza, ya que a través de enfrentamientos armados buscaban mitigar el fortalecimiento de las guerrillas campesinas que se venían conformando.

Recientemente, los intentos de Reforma Agraria, se han hecho a través del mercado de tierras, como recomendación del Banco Mundial, denominado *reforma agraria asistida por el mercado* (Ordoñez 2011; LVC, 2017). Esto significó abrir las posibilidad para que diferentes actores pudieran intervenir y participar de actividades agrícolas, privilegiando a quienes poseían mayores capitales, situación que se refleja nuevamente en la cifras de desigualdad y concentración de la tierra. Para los primeros años del siglo XXI las propiedades de menos de tres hectáreas representaban el 1.7% de la superficie, y estaban en manos del 57,3% de los propietarios, mientras que más del 60% de la superficies se concentraba en el 0.4% de los propietarios, lo cual solo podría ocurrir si el tamaño de la propiedades rebasaba las 500 hectáreas (Fajardo, 2002).

Esta estrategia de “mercado de tierras” se encontró con factores como los altos ingresos del narcotráfico que en busca de tierras para expandir los cultivos ilícitos acapararon y desplazaron campesinos, indígenas y afrodescendientes de sus tierras. De acuerdo con el Centro de Estudios del Desarrollo (Cede)-Universidad de Los Andes, más de 60% de los hogares rurales que habían sido desplazados en 2004 tenían acceso a tierras, más de 50% tenían títulos legales y la extensión promedio de las explotaciones ascendía a ocho hectáreas. Uno de los efectos de la guerra ha sido el debilitamiento de la producción nacional, lo cual profundiza el empobrecimiento de la población.

El fenómeno de la violencia ha desplazado campesinos e indígenas que abastecen los mercados nacionales, lo que se refleja en la baja de la producción nacional y la apropiación de las tierras por parte de otros actores industriales, terratenientes y empresarios. En palabras de Mondragón (2002:45), en Colombia “no solo hay desplazados porque hay guerra, sino especialmente hay guerra para que haya desplazados”. Este fenómenos ha sido denominado por este autor como un proceso de acumulación mediante la guerra, y ha permitido “configuraciones no campesinas de lo rural”.

Estos antecedentes de violencia y desplazamiento se ven alentados por la negación del actor campesino como un sujeto de derechos en la carta constitucional de 1991, lo que en términos políticos implica que no se le reconozca la tenencia la propiedad de la tierra, y por lo tanto se le niega la posibilidad de construir territorios. De acuerdo con Ordoñez (2010) “El campesino como sujeto figura una sola vez en la Carta equiparándose a éste con el trabajador agrario, lo que se puede entender como una precaria presencia, o si se quiere exclusión, del marco constitucional (Ordoñez, 2012: 8) y cuyas consecuencias se reflejan en el diseño de políticas públicas, ordenamientos territoriales y programas de apoyo.

Este hecho ha incidido en la concentración de la tierra y en el uso del suelo en función de los intereses económicos, desplazando la frontera agrícola hacia actividades productivas caracterizadas por el monocultivo y el uso de agroquímicos. Un estudio del Instituto Geográfico Agustín Codazzi-Corpoica señala que de 14 millones de hectáreas aptas para la agricultura se están utilizando poco más de cuatro millones, mientras que de las 19 millones de hectáreas aptas para ganadería se dedican 39 millones de hectáreas.

Por otro lado, los apoyos y garantías para el campo no han favorecido al campesinado, principalmente por la constante reducción de recursos asignados a los principales programas de apoyos al sector rural, los cuales de acuerdo con el Ministerio de Agricultura, entre 1995 y 2008 han disminuido considerablemente. Entre otros, el presupuesto para la inversión pública en desarrollo rural descendió de 35.6% al 0.9%; los recursos para el Programa de Desarrollo Rural Integrado (DRI) fueron eliminados y la asignación para el fomento de proyectos de la mujer rural se redujo de 3.5% a 0.9%. Al mismo tiempo, los fondos para apoyo a la inversión de proyectos empresariales han aumentado del 10% al 57%, al tiempo que se han visto envueltos en escándalos de corrupción y tráfico de influencias que continúan favoreciendo a las familias más acaudalas en diferentes regiones del país.

Frente a este tipo de desigualdades, conviene revisar la percepción que desde el marco normativo se tiene frente al campesinado. Como menciona Ordoñez (2011) la invisibilización del campesinado en la Constitución Política de Colombia tiene

consecuencias. El artículo 64 -el cual actualmente busca ser reformado por las organizaciones campesinas con el apoyo algunos senadores- se refiere al campesinado como “trabajador agrario”. Esta categoría, se aleja de los elementos de la identidad campesina, anulándolo y reduciéndolo a un “*sector de sujetos individualizados que se reconocen en función de su relación laboral*” (Castilla, 2016:39).

Otra categoría en la que usualmente se ubica al campesinado, suele ser la de “persona en situación de desplazamiento forzado”, esto no significa que todos los desplazados sean campesinos -aunque si la mayoría-, sin embargo, esta categoría los coloca como víctimas y personas indefensas. De acuerdo a la Corte Constitucional, las víctimas de desplazamiento forzado “se encuentran en un estado de indefensión y en una situación de extrema vulnerabilidad y de debilidad manifiesta, y que por lo tanto constituyen sujetos de especial protección constitucional” (Corte Constitucional, sentencia T-702, 2012).

Esta categoría solo reconoce un tipo de violencia en contra del campesinado, aquella producto del despojo y del conflicto armado, desconociendo los procesos de desplazamiento -forzoso o no- que han sido producto de la presión ejercida por la industria agroalimentaria, la minería y los megaproyectos. Además, definir al campesinado en situación de desplazamiento como indefenso, lo despoja de su capacidad organizativa y de acción.

Otro elemento que se aprecia en la Constitución Nacional, es la afirmación del principio de diversidad cultural de la nación y el principio de la igualdad. El principio de la diversidad que se plasma en el artículo 7 constitucional parte de reconocer y valorar la dignidad que tienen las diferentes etnias y culturas que conviven en el territorio colombiano. Al respecto, si bien el campesinado no constituye un grupo étnico, sí debería ser considerado como un grupo culturalmente diverso que requiere el reconocimiento y la adopción que garanticen su igualdad y su participación.

Este conjunto de vacíos constitucionales se reflejan en la formulación de leyes y políticas públicas que buscan el reconocimiento político del campesinado. Para ello, se plantea la construcción de un marco legal que garantice los derechos colectivos para las *comunidades rurales no étnicas*, teniendo en cuenta que las zonas rurales son

habitadas por una heterogeneidad de actores que no se logran agrupar en indígenas y afrodescendientes, sino que reclaman y reivindican su propia identidad.

Respecto a la territorialidad, es común que se desconozcan la dimensión política y simbólica de la relación que hay entre el campesinado y la tierra. La forma más común es a través del derecho de propiedad, reconocido por la Constitución como el dominio jurídico para usar, disfrutar y disponer de un bien (artículos 58, 60 y 64). Existen otros mecanismos de propiedad colectiva que contemplan la propiedad común, los resguardos indígenas, los títulos colectivos (comunidades negras) y específicamente frente al campesinado: las Zonas de Reserva Campesina (Ilsa, 2012), figura creada mediante la Ley 160 de 1994 cuyos objetivos son la regulación, limitación y ordenamiento de la propiedad rural, la eliminación de su concentración y el acaparamiento de las tierras baldías, la adquisición o implantación de mejoras, el fomento de la pequeña propiedad campesina y la prevención de la descomposición de la economía campesina del colono y la búsqueda de su transformación en mediano empresario.

Esta forma de delimitación territorial, como mecanismo de propiedad, es visto como el instrumento más adecuado para garantizar los derechos de las comunidades rurales, campesinas, indígenas y afro a la tierra y a la seguridad jurídica de su tenencia, sin embargo “no se podría señalar que la figura en sí es una modalidad de redistribución de la tierra, pero sí, que es un freno al latifundio, particularmente en las zonas de baldíos y de especial manejo ambiental” (Ordoñez, 2012:19).

Desde las organizaciones campesinas, se han propuesto otras formas de ordenamiento territorial, entre las que sobresalen los *Territorios Agroalimentarios*, los cuales se refieren, según el Coordinador Nacional Agrario (2015) al reconocimiento de los territorios históricamente configurados por el campesinado por medio de una figura político administrativa que permita el reconocimiento de los derechos territoriales de los campesinos, la gobernanza del territorio y la promoción del bien común. Otra propuesta, trabajada por el Instituto de Estudios Interculturales es la *Territorios Interculturales*, haciendo referencia a la confluencia de los sectores campesinos, indígenas y

afrodescendientes, en torno al ordenamiento y gobierno mutuo del territorio (Amaya, et. al., 2016).

Respecto a las instituciones que se relacionan con el campesinado existen figuras a nivel nacional, regional y municipal encargadas de diversos proyectos, si bien sus objetivos no se centran en el campesinado, su incidencia en el desarrollo del campo puede ser determinante para el campesinado. De manera específica, dentro de los instrumentos de participación ciudadana y a través de los cuales el campesinado logra consolidar algunos procesos de incidencia política se podrían dividir en tres tipos: de ámbito político, de participación social y de protección (tabla 8). Los primeros refiere al derecho de las organizaciones campesinas y sus integrantes a conformar sus propios movimientos o partidos, y a presentar y elegir sus candidatos en todos los cargos de elección populares. Los mecanismos de participación social se caracterizan por tener un doble carácter, ya que por un lado, buscan ejercer presión y transmitir demandas al gobierno, pero al mismo tiempo abonan a la construcción de una la plataforma política y de acción independiente de las organizaciones en sus territorios. Finalmente los mecanismo de protección son instrumentos promovidos por la sociedad civil que tienen el objetivo de convertirse en acciones vinculantes de ley (Amaya, et. al, 2016).

Tabla 8: Mecanismos de participación ciudadana

Ámbito político	Mecanismos de participación social	Mecanismos de protección
<ul style="list-style-type: none"> • Formar partidos y movimientos políticos. • Elegir y ser elegido. • Revocar un mandato de elección popular. 	<ul style="list-style-type: none"> • Voto • Consultas populares • Plebiscito • Referendo • Iniciativas populares • Normativas • Legislativas • Cabildo abierto 	<ul style="list-style-type: none"> • Acción de tutela • Acción de cumplimiento • Acción de inconstitucionalidad • Acciones populares y de grupo • Derecho de petición • Acciones de nulidad

Fuente: Retomado de Amaya et., al. (2016)

Dentro de este abanico de mecanismos ubicamos algunas de las estrategias implementadas por los participantes de las experiencias analizadas (capítulo 5) y a partir de los cuales han logrado generar otro tipo de estrategias, vínculos y formas de incidencia. Al respecto, algunas de las organizaciones que integran esta investigación han hecho uso de algunos de estos mecanismos de participación.

4.3.1 Las cifras de un campo negado: censos y encuestas agropecuarias

En Colombia recientemente se han llevado a cabo diversos ejercicios de recolección de la información del sector rural: el Censo Nacional Agropecuario en 2014, la Encuesta Nacional Agropecuaria en 2016 y la Misión para la Transformación del Campo en 2014. Las dos primeras realizadas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística y la última realizada por el Departamento Nacional de Planeación. Sin embargo, pese a la acumulación de información que se ha generado, podríamos afirmar que no existen cifras oficiales sobre la población campesina del país en contextos rurales y mucho menos sobre aquella que vive en las ciudades.

A diferencia de la comunidades indígenas, afrodescendientes y rom, los campesinos - constitucionalmente- no constituyen un grupo social diferenciado. Esto ha hecho que tanto los censos, encuestas y demás instrumentos de recolección de datos, no integren la categoría “campesino-campesina” como un rasgo de identidad. Pero además ha desatado conflictos entre campesinos e indígenas por el reclamo de tierras (comunicación verbal con líder campesino, julio de 2016).

El Censo Poblacional que se lleva a cabo actualmente (2018) ha sido reconocido por el gobierno como un ejercicio que va a permitir conocer de manera detallada el diferencial étnico del país y cuyo objetivo es “retratar de manera fiel la diversidad étnica y cultural del país”, sin embargo, dentro de sus parámetros no incluyen la categoría campesino. En el Censo Nacional Agropecuario se incluye la categoría productor, mientras que tanto en Encuesta Nacional Agropecuaria, como en el Censo Poblacional existe una categoría que busca indagar por la situación de las zonas rurales más precarias a través de la categoría “resto municipal o área rural dispersa”. De acuerdo con el DANE, esta categoría agrupa las viviendas y explotaciones agropecuarias existentes que no cuentan con nomenclatura de calles, avenidas y demás, y que por lo general tampoco disponen de servicios públicos. Según las proyecciones, la población comprendida en esta categoría asciende más del 23% del total. De otra parte, el Censo Nacional Agropecuario identifica 2,7 millones de productores rurales, de los cuales 724 mil residen en el área rural dispersa.

Otro aspecto que evidencia esta invisibilización, tiene que ver con el hecho de que en Colombia el centro político-administrativo de lo rural se centra en el municipio, desconociendo los espacios locales que cumplen funciones similares, como las veredas “la vereda y el corregimiento son dos figuras que tradicionalmente se han privilegiado en la vida diaria campesino para ordenar el territorio, para forjar un habitar compartido y para desarrollar formas de vida en común [...] en contraste el municipio tiende a lucir como un centro administrativo forjado en torno a cascos urbanos, alejado de la vida diaria campesina” (Castilla, 2016:41).

Pese a no contar con cifras precisas, el contexto colombiano coincide con el panorama mundial, especialmente en aspectos como la concentración y el uso de la tierra. Al respecto, las cifras no han dejado de aumentar en los últimos años, de acuerdo con el “*Atlas de la distribución de la propiedad rural en Colombia*”⁵ del Instituto Geográfico Agustín Codazzi, para el período 2000-2009 el 41% de la propiedades tenían más de 200 hectáreas, el 40% entre 20 y 200 hectáreas y el restante se consideraban pequeñas propiedades. Para el 2015 el Censo Nacional Agropecuario estableció que el 69,9% de las unidades de producción tiene menos de 5 hectáreas y ocupan menos del 5% del área censada, mientras el 0,4% tiene más de 500 hectáreas y ocupa el 41,1%.

Frente al uso del suelo, cerca de 21.5 millones de hectáreas son aptas para la agricultura, sin embargo, de acuerdo con Censo Nacional Agropecuario de 2015 se estableció que apenas el 6.3% de esa área esta cultivada, con el agravante de que el 74.8% del área cultivada corresponde a cultivos permanentes, cifra que ha venido aumentando desde el censo agropecuario de 1960, cuando estos cultivos ocupaban el 43.7% (Castilla, 2016).

El Censo Nacional Agropecuario reveló la ampliación del área destinada tanto a la ganadería como a la minería. Respecto a la primera se encontró que se dedican 33,8 millones de hectáreas pese a que solo 21 millones son aptas para esa actividad, es decir que el 80% del área agrícola se dedica a la ganadería. Frente a la minería, se encontró que para 2014, 5.2 millones de hectáreas estaban concesionadas en títulos mineros -más del área disponible para la producción de alimentos-, además de que habían 12.3 millones de hectáreas solicitadas bajo diferentes mecanismos. De manera

similar, los efectos de la agroindustria han conducido a la concentración de los canales de producción, acopio, intermediación y distribución de alimentos, además de abusos y arbitrariedades frente a la concentración de la tierra por parte de grandes capitales⁶.

Frente a los procesos de desplazamiento y despojo de la población campesina, se estima que seis millones de hectáreas fueron abandonadas durante el conflicto armado que azotó al país en las últimas décadas, y que aún se encuentran en manos de los usurpadores (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2007). Asimismo, la situación de los líderes sociales, donde muchos de ellos y ellas buscan la restitución de las tierras que les fueron arrebatadas, es cada vez más preocupante, solamente entre enero de 2016 y febrero de 2018 fueron asesinados 282 personas⁷.

Las cifras hasta acá presentadas, reflejan parcialmente la situación de la Colombia rural, que si bien en este documento no se logran retratar, permite aportar elementos a las posturas ya críticas (Salgado, 2002; Forero, 2010; Castilla, 2016; Fajardo, 2010) frente a la percepción del campesinado en el escenario del diseño de políticas públicas y sus mecanismos de inclusión.

4.3.2 ¿Por dónde circulan los alimentos en Colombia?

Antes de profundizar en los casos, es preciso mencionar que uno de los principales motivos que dieron lugar a los procesos organizativos y de las estrategias de comercialización de los mercados analizados fue la necesidad de transformar los procesos de distribución de los productos. Para ello, identificar aspectos centrales frente a la distribución permite una mayor comprensión de este tipo de procesos.

En Colombia predominan cinco canales de distribución en las ciudades grandes e intermedias: a) *mayoristas*, b) *grandes superficies y tiendas express*, c) *supermercados independientes*, d) *tiendas de barrio*, y e) *vendedores ambulantes*. A estos canales se agregan, en algunas regiones, mercados, ferias y tiendas con algún grado de diferenciación, que incorporan estrategias de comercialización (canastas, domicilios, compras colectivas) que favorecen a productores y consumidores en cuanto a la calidad de los productos y mejores precios para las dos partes.

El *canal mayorista* lo integra la Corporación de Abasto de Bogotá, S.A (Corabastos), que opera desde 1972, abarca una superficie de 80.000 mil metros cuadrados con 18.000 construidos, de los cuales más de 10 mil son útiles para el almacenamiento. Esta gran central de abasto, es la segunda más grande de Latinoamérica, después la central de abasto de la Ciudad de México (Reyes, 2010). Está conformada por 57 bodegas en las cuales operan 338 mayoristas y 1339 minoristas. De acuerdo con Reyes (2010) el área promedio es de 12 metros por mayoristas, cuatro metros por minorista y seis metros por puesto campesino. Corabastos pertenece principalmente a comerciantes e inversionistas privados (entre los que figuran algunas entidades financieras) y en porcentajes menores a la alcaldía de Bogotá, la Gobernación de Cundinamarca y el Ministerio de Agricultura.

A esta gran central de abasto, la complementan 19 plazas de mercado distritales y 23 privadas, las cuales funcionan como centros de agregación de oferta, desde los cuales se redistribuyen alimentos a las tiendas de barrios y a ciudades intermedias. Dicha redistribución da lugar a una de las ineficiencias más recurrentes dentro de los sistemas alimentarios controlados por pocos actores: las distancias que recorren los productos para llegar a los centros de acopio para luego ser reenviados a sus lugares de origen o bien para ser abastecidos de productos que se cultivan localmente pero que vienen de otras regiones después de haber pasado por varios intermediarios y haber inflado su precio. Este fenómeno se ha consolidado ante la ausencia de políticas públicas y mecanismos que garanticen la participación de pequeños y medianos productores dentro de centrales y plazas de mercado.

En las últimas décadas se realizaron fusiones, acuerdos y adquisiciones a nivel mundial⁸ que reafirmaron la participación y control de grandes capitales en los canales de distribución en el país. Este fenómeno, denominado *distribución de alimentos en grandes superficies* (Roldán y Gracia. En prensa), ha originado el aumento de las importaciones de comida barata y el posterior abaratamiento de productos nacionales, junto al deterioro de las relaciones comerciales con los productores, quienes no logran cumplir con las condiciones de compra (cantidades, presentación, rotulado, códigos de barras) y se ven desfavorecidos por la forma de pago. Adicionalmente, esta modalidad de distribución ha incrementado su presencia en los barrios a partir del diseño de

tiendas “express” que ofrecen gran variedad de productos, atención 24 horas, entregas a domicilio, y permiten realizar pagos, transacciones y retiros bancarios -entre otros servicios- con el respaldo de grandes corporaciones. En este renglón, pero con otras características, se incluye un formato de tiendas de bajo costo⁹ que ha incursionado en Colombia desde 2010. Se estima que bajo estas modalidades circula poco más del 25% de los alimentos que consume la ciudad.

Este tipo de canales han desplazado a las *tiendas de barrio* como panaderías, carnicerías y cafeterías así como a *vendedores ambulantes* y algunos *supermercados independientes*, que no sólo fungen como agentes de compra entre el canal mayorista y el consumidor final, sino que también incorporan grados de confianza y solidaridad entre tenderos y consumidores (diálogo informal con líder ALCAMPO, octubre 2015, Bogotá). Para el año 2014 se estimaba la existencia de 123 mil tiendas de barrio y mini mercados, de las cuales 59 mil incluyen en su oferta frutas y verduras. Se estima que por este canal circula al menos el 44.8% del consumo de los bogotanos (Gutiérrez, 2014).

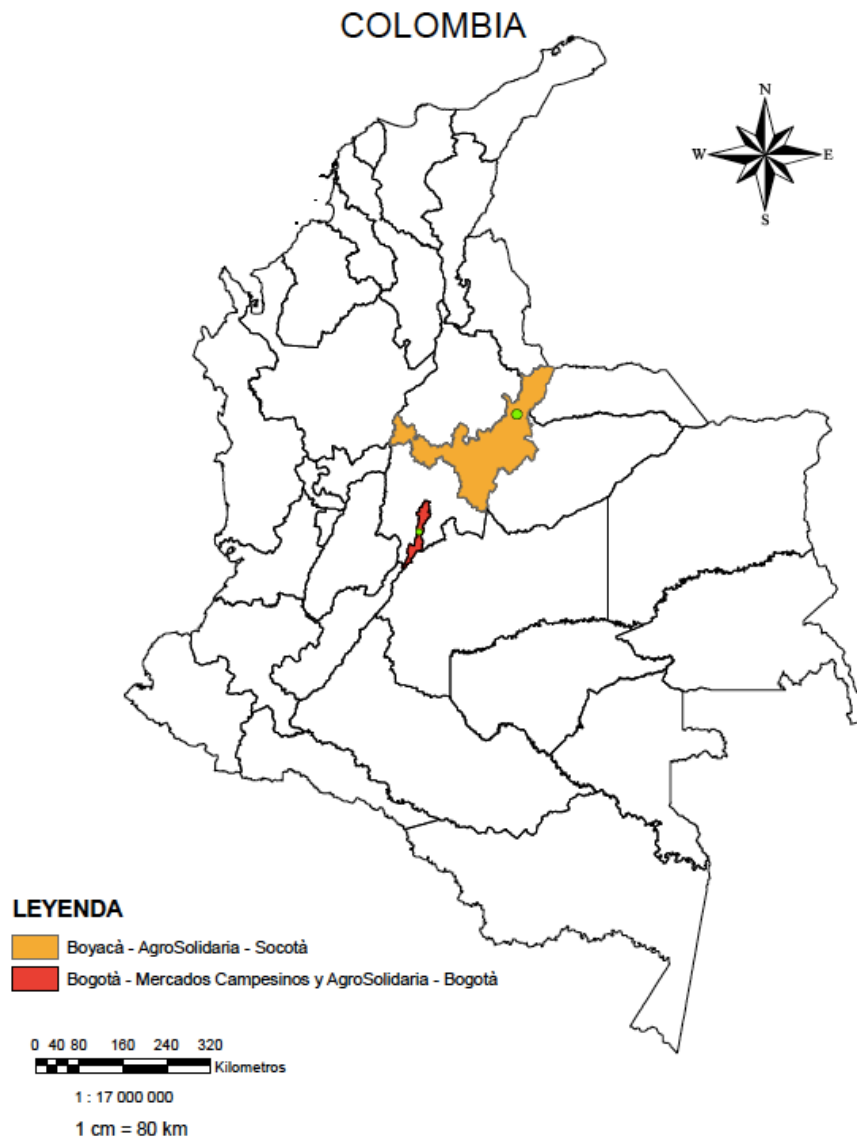
Las tiendas y mercados diferenciados se caracterizan por crear vínculos directos entre consumidores y productores, incentivar formas de producción orgánica y agroecológica e incorporar algunos valores y principios de solidaridad y justicia en los intercambios. En general este tipo de tiendas se suelen ubicar en zonas de ingresos altos, lo cual excluye a un gran número de consumidores y restringe sus posibilidades de transformar los sistemas alimentarios. Adicionalmente, tiendas como éstas buscan diferenciarse a partir de la incorporación de mecanismos de control, certificación y validación de procesos que hacen agencias privadas. Algunos de estos espacios diferenciados, sin embargo, han estimulado la participación de productores, consumidores y académicos, tanto en los procesos de certificación como en el apoyo de procesos productivos, de distribución y de consumo.

Como veremos, los espacios que convergen en los casos estudiados han diseñado canales de distribución y espacios de comercialización alternativos frente a los convencionales. Algunas han fortalecido canales mayoristas que les permiten acopiar a nivel regional y abastecer, principalmente, algunas tiendas de barrio y restaurantes,

aunque sobre todo han promovido mercados locales, canastas a domicilio y, recientemente, las ventas por internet. Todas estas estrategias han estado acompañadas por formas de intermediación que reflejan la importancia de esta función dentro de los sistemas agroalimentarios, pero que muchas veces su implementación no es reconocida como una prioridad dentro de estas experiencias.

4.3.3 Casos de estudio Colombia

Mapa 1: Ubicación casos Colombia



Fuente: Elaboración propia

- Mercados Campesinos¹⁰ - Bogotá

Tabla 9: Ficha técnica Mercados Campesinos

Año de surgimiento	2006
Contexto/ origen productores	Región central de Colombia
Ubicación mercado	<ul style="list-style-type: none"> • Alcalá • Villa Luz • Álamos norte • Ciudadela Cafam • Fundacional • Policarpa • Olaya • Marruecos • La macarena • Arborizadora Baja • Ciudadela Colsubsidio
Frecuencia de encuentros	Quincenal (2006 – 2016)
Canales de comercialización complementarios	Canal mayorista Canal institucional
Número de participantes y productos	<ul style="list-style-type: none"> • 113.450 familias de productores (Ordoñez, et. al. 2011) • Transformadores y otros (quesos y lácteos, postres, embutidos, platillos típicos) • Productores (hortalizas, frutas, tubérculos, carne, pollo)
Alianzas	<ul style="list-style-type: none"> • OXFAM • Comité de Interlocución Campesina y Comunal • Instituto Latinoamérica para una Sociedad y Derecho Alternativos • Secretaria de Desarrollo Económico • Universidad Nacional de Colombia



Fuente: Elaboración propia

Mercado Campesinos constituye la experiencia de mayor magnitud entre los casos seleccionados, no solo por el número de participantes y área de influencia, que como se observa en la ficha técnica del mercado integró más de diez parque y plaza públicas de Bogotá. Como se mencionó en el apartado metodológico, inicialmente se había proyectado incluir dos de los mercados que hacían parte de este proceso, decisión que se modificó en función de coyunturas que explicamos a continuación.

Mercados Campesinos es una iniciativa autónoma de organizaciones campesinas y comunales cuyo objetivo se fundó sobre la importancia de visibilizar y fortalecer la

economía campesina. Surge de una estrategia de defensa del derecho a la alimentación que se recoge en la declaración del mandato agrario de 2003. Está conformado por el Comité de Interlocución Campesina y Comunal (CICC) y la Alianza Campesina y Comunal (ALCAMPO), (tabla 10).

Tabla 10: Organización campesinas que integran el proceso de Mercados Campesinos

Comité de interlocución campesina y comunal

- Fundación San Isidro,
- Federación Nacional Sindical Unitaria Agropecuaria (FENSUAGRO),
- Federación Nacional de Cooperativas Agropecuarias (FENACOA),
- Asociación Nacional de Ayuda Solidaria (ANDAS),
- Acción Campesina Colombiana (ACC)
- Asociación Mercados Campesinos del Oriente del Tolima (ASOMERCAMP)

Alianza Campesina y Comunal

- Asociación Nacional de Mujeres Campesinas,
- Negras e Indígenas de Colombia (ANMUCIC),
- Asociación Departamental de Usuarios Campesinos de Cundinamarca (ADUC),
- Mutual Comunal Agroalimentaria (AGROCOMUNAL)

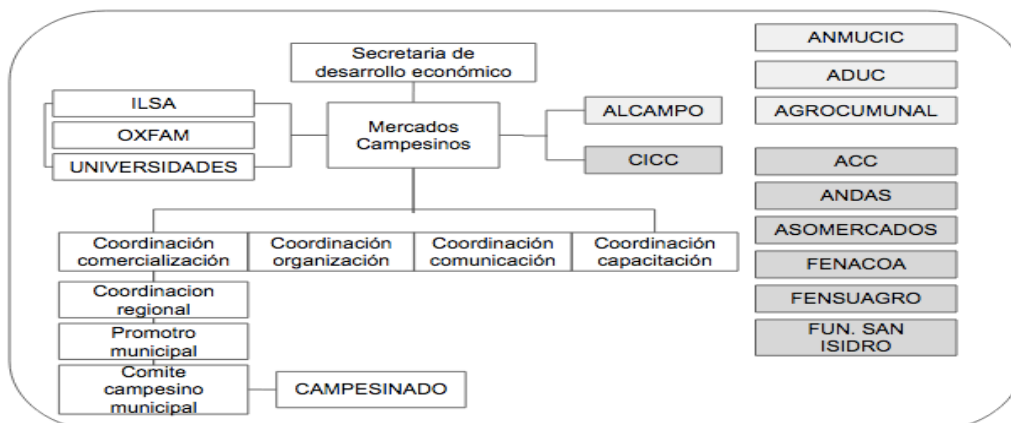
Comités Campesinos Municipales.

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo.

De acuerdo con Parrado y Molina (2014:83) Mercados Campesinos, “Es un proceso social, económico y político que busca la reivindicación de los campesinos y campesinas de la Región Central de Colombia¹¹, a partir de dos pilares fundamentales: por un lado, la incidencia directa del campesinado en el diseño y ejecución de políticas públicas y, por otra parte, la participación económica más justa de los campesinos y campesinas en el mercado”.

En sus diferentes etapas, el proceso de Mercado Campesino contó con la participación de la Secretaria de Desarrollo Económico, encargada de aportar los recursos económicos y logística, y del Instituto Latinoamericano para una Sociedad y un Derecho alternativos (ILSA) y OXFAM como organizaciones de acompañamiento y asesoría frente al proceso y el manejo de los recursos (Gráfica 1).

Gráfica 1: Estructura central de Mercados Campesinos



Fuente: Parrado y Molina (2014:100)

El proceso de Mercados Campesinos comienza a gestarse a partir de la inconformidad con las políticas de desarrollo y el abandono del campo expresados en el Congreso Nacional Agrario de 2003. Este espacio, en el que participaron más de cuatro mil campesinos y campesinas de 17 organizaciones regionales y nacionales, junto con organizaciones indígenas, afrodescendientes y sindicales, dio lugar al Mandato Agrario en el que se expresan las demandas y reivindicación del campesinado, entre ellas garantizar su participación en el diseño de políticas públicas.

En el 2004, a raíz de la propuesta distrital del *Plan Maestro de Abastecimiento de alimentos y seguridad alimentaria* (PMASAB) y con base en el proceso que se había gestado en 2003, se constituye el CICC como respuesta al plan maestro, en el que no se incluía al campesinado como actor relevante del abasto alimentario de la ciudad. Las primeras acciones buscaron sensibilizar y visibilizar a la ciudadanía de la presencia e importancia del campesinado para la ciudad. Para esto se realizaron los primeros mercados presenciales en algunas de las plazas y parques más representativas de la ciudad.

El resultado de estas estrategias, permitió que en el año 2006 se reconociera la importancia del campesinado para el abastecimiento alimentario de la ciudad. Fue bajo el decreto 315 del 15 de agosto de 2006, que se dictaron disposiciones que reconocen las características sociales y culturales de la economía campesina y su importancia como abastecedora de más del 65% de los alimentos de la canasta básica consumida

en Bogotá (Parrado y Molina, 2014). Al mismo tiempo, como lo plantearon las organizaciones campesinas, se incluyó el término Soberanía Alimentaria, como una de las principales luchas y reivindicaciones del campesinado.

De acuerdo con Parrado y Molina (2014) el decreto 315 tiene como fundamento la crítica a la intermediación que no agrega valor, además acentúa el papel del campesinado y los pequeños productores en el abastecimiento de la ciudad, al igual destaca el papel de los tenderos, pequeños supermercados, vendedores de plazas de mercado, mercados móviles, mercados campesinos y vendedores ambulantes.

Posteriormente, se lograron acuerdos municipales que permitieron consolidar el proceso de Mercados Campesinos como un espacio de abasto alimentario para la ciudad. Dentro de los principales resultados de dichos convenios, se ubican actividades de capacitación política, organizativa y técnica en escuelas campesinas, las cuales se expresaron en la presentación de acuerdos municipales de apoyo a la economía campesina y en la realización de asambleas campesinas regionales.

La segunda etapa comprende el periodo del tiempo entre 2007 y 2015, en el que Mercados Campesinos contó con diversos apoyos (tabla 11), y que pese a periodos intermedios de inestabilidad, lograron constituirse como un referente a nivel local para el consumo de productos de origen campesino. La estrategia principal se basó en la implementación y desarrollo de un canal de comercialización de la economía campesina, para esto, los acuerdos y convenios que lograron obtener contemplaban los permisos y apoyos logísticos, además de recursos económicos que alcanzaron \$8.736 millones de pesos¹² entre 2007 y 2014.

Tabla 11: Instituciones de acompañamiento y alianzas organizativas del proceso de Mercados Campesinos (2004 - 2015)

Tipo de institución	Institución	Acciones de apoyo	Periodo
Instituciones de acompañamiento y apoyo financiero	OXFAM	Gestión de recursos económicos	2007 - 2011
	Instituto Latinoamericano para una Sociedad y un Derecho Alternativos		
	Alcaldía Mayor de Bogotá – Secretaria de Desarrollo Económico	Recursos económico	2006-2015
	Unión Europea	Apoyo logístico, infraestructura y transporte	Intermitente
Alcaldías Municipales Alcaldía locales			

Instituciones de apoyo investigativo y de formación	Universidad Nacional de Colombia	Apoyo técnico e investigativo en torno a: Acceso a canales de comercialización, organización y asociatividad, políticas públicas, multifuncionalidad de la economía campesina y participación de la mujer	Intermitente
	Centro de Investigación en Agricultura Tropical		
	Servicio Nacional de Aprendizaje		
Aliados comerciales	Comercializadores de plazas de mercado	Diversificación de canales de comercialización	Intermitente
	Tiendas de barrio		
	Compras institucionales		
	Mercados presenciales		

Fuente: Elaboración propia a partir de Parrado y Molina (2014) y Melo (2011)

Durante este periodo las organizaciones campesinas abastecieron con más de 119 productos, 12 parques y plazas públicas de ocho localidades de la capital, llegando a diferentes sectores socioeconómicos. Además del mercado presencial, el proceso buscó el fortalecimiento de otros dos canales de comercialización, basados en la posibilidad de acopiar productos para su comercialización con la participación de intermediarios que hacían parte de las organizaciones campesinas. De esta manera se consolidó un espacio de venta en plazas de mercado a través del diseño de comités campesinos municipales, encargados de acopiar y transportar los productos y otro canal mayorista, encargado de abastecer tiendas, restaurantes y hoteles, bajo la misma modalidad de acopio.

Durante esta etapa, de acuerdo a la Encuesta de Hogares Campesinos realizada en 2014 en el marco del proceso de Mercados Campesinos se determinó que para ese año participan 1991 hogares, que se distribuían entre los departamentos de Cundinamarca (46%), Boyacá (19%), Tolima (11%), Meta (2%) y Bogotá (22%). En menor medida participan productores de Quindío (0.5%) y Huila (0.2%). También se identificó la evolución frente a la participación de los municipios, mientras que en 2005 se registraban 40, para 2007 la cifra alcanzaba a los 80 y para 2012 llegó a 112.

Una característica que permitió la consolidación de este proceso en la capital del país, se funda en su ubicación geográfica, teniendo en cuenta que en un radio de al menos 200 kilómetros es posible encontrar pisos térmicos que van de los 200 metros sobre el nivel del mar en el valle del Río Magdalena y el pie de monte llanero, hasta más de 3.000 metros sobre el nivel del mar en el páramo del Sumapaz, lo que en términos alimentarios supone la capacidad de abastecer este tipo de mercados de una vasta

diversidad de alimentos dentro de un espacio geográficamente cercano, estimulando además procesos de complementariedad productiva entre las regiones y el abasto para los consumidores de Bogotá.

Por otro lado, las características de los productores que participan de Mercados Campesinos retratan algunas de las problemáticas expuestas para el territorio colombiano. La Encuesta de Hogares Campesinos ratifica el acceso limitado y la extensión de la tierra como uno de los principales inconvenientes. Casi la mitad de las familias que participan de Mercados Campesinos no cuentan con tierra propia, sin embargo, el 85% de los hogares campesinos tienen algún tipo de acceso, ya sea como propietarios (35%), en arriendo (12%), en usufructo (14%), como ocupantes de hecho (1.4%) o combinando los anteriores tipos de tenencia (20%). El área de las unidades de producción varía de acuerdo al tipo de propiedad, sin embargo no superan una hectárea. Con estas cifras, es posible visibilizar la importancia que tienen este tipo de procesos organizativos y productivos en la transformación de las realidades del campesinado.

La tercera etapa que identificamos, comienza en el año 2015 con la terminación unilateral de los convenios y acuerdos establecidos anteriormente, a raíz del cambio de autoridades locales¹³ en la capital del país. Esto significó el retiro de los apoyos logísticos, permisos y recursos económicos para el traslado y adquisición de infraestructura, afectando a más de dos mil personas ubicadas en más de 112 municipios¹⁴, que participaban de los diferentes espacios presenciales de comercialización.

Esta coyuntura dio lugar a que los principales contradictores del proceso cuestionaran el manejo de los recursos, en la medida que según ellos, no lograron consolidar un proceso organizativo que les permitiera continuar abasteciendo los mercados presenciales sin el apoyo institucional. Sin embargo, para los participantes, los resultados van más allá de la consolidación del canal presencial y se reflejan en la consolidación de procesos locales, en la transformación de las prácticas productivas, en los aprendizajes y herramientas para negociar con intermediarios, y el diálogo y las redes de información que lograron afianzar y por donde circula información entre

diversos líderes campesinos. Actualmente son pocos los productores que han logrado participar de los canales complementarios (mayorista y venta en plazas), y han tenido que volver a tratar con intermediarios externos.

Algunos de los participantes de Mercados Campesinos actualmente participan en otros procesos organizativos locales y regionales, los cuales han tomado como referencias las experiencias -positivas y negativas- del proceso de mercados campesinos para diseñar sus propias estrategias. Es el caso de La Red de Mercados Agroecológicos de Bogotá Región, proceso en el que muchos de los productores de Mercados Campesinos han encontrado un espacio para continuar fortaleciendo sus procesos productivos y organizativos.

Respecto a los espacios de venta directa que se visitaron, vale la pena mencionar que se diferencian entre ellos por el tipo de consumidores que asisten, sin embargo, esto no repercute en las formas organizativas, los acuerdos o los objetivos planteados. En ese sentido, podemos afirmar que Mercados Campesinos, se consolidó como un proceso que buscó, a partir de la visibilización dentro de los consumidores de Bogotá, consolidar una plataforma para expresar sus demandas y problemáticas.

Un elemento determinante de la etapa actual, es la recuperación de los espacios locales como escenarios para consolidar los procesos de distribución, construyendo de esta manera la soberanía alimentaria como pilar fundamental de la transformación y la reivindicación del campesinado.

- Caso de estudio AgroSolidaria



AgroSolidaria es una comunidad económica solidaria del sector agroalimentario que integra mediante una estructura confederada (gráfica 2), a pequeños productores, procesadores, distribuidores y consumidores dentro del circuito económico solidario enmarcado en los principios filosóficos de la socioeconomía solidaria, la agroecología y el comercio justo campo-ciudad.

Gráfica 2: Estructura organizativa de AgroSolidaria



Fuente: www.agrosolidaria.org

AgroSolidaria es un modelo de organización que integra familias agricultoras y prosumidoras¹⁵ urbanas y rurales, que fortalecen a partir de procesos organizativos locales en diferentes regiones. Tiene sede en el Departamento de Boyacá (centro-oriente del país, a 150 kilómetros de Bogotá), sin embargo, a mediados de la primera década de este siglo logró escalar a otros departamentos y regiones. Para 2014 AgroSolidaria tenía presencia en más de 18 departamentos del país con más de 32 mil familias asociadas. Esta iniciativa integra dentro de sus intereses y objetivos diversos procesos complementarios, entre los que sobresalen las finanzas solidarias, los grupos asociativos de producción, distribución, transformación y consumo de alimentos (ver gráfica 3).

Gráfica 3: Etapas interconectadas del circuito económico agroalimentario



Fuente: www.agrosoldiaria.org

La etapa de financiación se constituye por fondos locales autogestionados y por fondos federados de aportes y crédito. Mientras tanto, las otras etapas se organizan a partir de grupos asociativos por producto o por grupo de productores, grupos de transformación, y grupos de distribución y consumo consciente, responsable y solidario.

La propuesta metodológica y de organización del trabajo se basa en procesos colectivos caracterizados por la construcción colectiva del conocimientos, la autonomía, la descentralización, la interdependencia, la equidad y la complementariedad de género, el relevo generacional y la gestión asociada, los cuales se configuran a partir de una estructura organizacional horizontal. Una de sus principales virtudes se funda en el reconocimiento de lo local como el eje principal de las decisiones de los grupos, lo que en términos de las transformaciones planteadas por cada una de las seccionales responde a los intereses y contextos en el que se ubican sus participantes.

AgroSolidaria se funda a partir de un programa denominado “*Venga esa mano paisano/a*”, diseñado por la Asociación para el Desarrollo Sostenible SEMILLAS. Este programa tenía como objetivo transformar las relaciones económicas instauradas que generan bajos ingresos familiares y desempleo, soportado en formas precarias de acceso a los recursos financieros y productivos (AgroSolidaria, 2018). Estaba integrado inicialmente por tres estrategias que buscaban el fomento de formas asociativas cogestionadas, el desarrollo de un plan continuo de educación en economía solidaria, capacitación técnica y acceso a la información y finalmente, la construcción, adecuación y dotación de infraestructura para la producción, la transformación y la distribución agroalimentaria. A diferencia del caso anterior, los mercados incluidos en esta investigación que se integran a AgroSolidaria tiene algunas particularidades que describimos a continuación.

- AgroSolidaria seccional Bogotá

Tabla 12: Ficha técnica AgroSolidaria- Bogotá

Año de surgimiento	2013
Contexto/origen productores	Productores de la zona rural de Bogotá y seccionales de AgroSolidaria
Ubicación mercado	-Bogotá
Frecuencia de encuentros	Entregas dos veces a la semana. Mercados presenciales intermitentes



Canales de comercialización complementarios	Red de Mercados Agroecológicos Bogotá Región Tienda virtual www.agrosolidariaengativa.org
Número de participantes y productos	<ul style="list-style-type: none"> • 15 transformadores y otros (embutidos, snacks, alimentos precocidos) • 12 productores (quinua, hortalizas, frutas, papa, zetas)
Alianzas	<ul style="list-style-type: none"> • Confederación AgroSolidaria • -Fundación Semillas • Red de Mercados Alternativos de Bogotá Región.

Fuente: Elaboración propia

La sección de AgroSolidaria se ubica en la localidad de Engativá, una de las veinte localidades que conforman Bogotá, ubicada al noroccidente, es la tercera con más habitantes de acuerdo con datos de la alcaldía mayor de Bogotá, albergando un millón trescientos de los más de ocho millones de habitantes. En este escenario urbano emerge esta seccional que funge como vínculo entre el campo y la ciudad para la mayoría de las seccionales de AgroSolidaria que se ubican en zonas rurales, en la medida que es la única seccional que se ubica en alguna de las principales ciudades del país.

Después de algunos intentos fallidos para su consolidación, desde el año 2013 se ha logrado posesionar esta seccional. El objetivo inicial se basó en la posibilidad de convertirse en un punto de venta de los productos de las seccionales AgroSolidaria a nivel nacional, sin embargo, esta idea se transformó, a partir de los costos que generaba y los pocos consumidores que participaban. Esta seccional se ha fortalecido a partir de las entregas de canastas a domicilio, las cuales ha logrado integrar a un número cada vez mayor de consumidores, a partir de la diversificación de los productos y canales de comunicación que han diseñado.

Como ya mencionamos, cada seccional es autónoma y se articula a otras seccionales de manera independiente, sin embargo, se mantienen los principios y objetivos de la confederación. Cada seccional ha fortalecido alguna de las etapas del circuito económico que identifica AgroSolidaria, en este caso, la comercialización y el consumo

han sido el objetivo principal, logrando apoyar a los productores de otras regiones del país en el proceso de distribución.

Dentro de la seccional existen funciones que se van rotando cada cierto tiempo, hay un equipo de ventas integrado por tres personas encargadas de recibir los pedidos vía telefónica o a través de la plataforma virtual, otra persona encargada de la difusión y búsqueda de nuevos clientes. También hay un equipo de producción, encargado de la logística de los productores, realizar las visitas de verificación, y ocasionalmente hacer transformación de algunos productos. Finalmente, existe una persona que se encarga de buscar alianzas con actores externos, de articular con otras seccionales y de buscar nuevos productores.

Además del espacio que comparten a nivel nacional las seccionales, en el que constantemente existen intercambios de información a través de plataformas virtuales, al menos una vez al año participan de un encuentro nacional de líderes de AgroSolidaria, espacio en el que se intercambian experiencias y propuestas para continuar fortaleciendo cada una de las etapas del proceso productivo.

De acuerdo con la información de uno de los promotores de esta experiencia, el número de productores ha venido creciendo, integrando a diferentes seccionales de AgroSolidaria, así como a raíz de la articulación con otras experiencias similares en Bogotá. En cuanto a los consumidores, de acuerdo con los registros que llevan, al momento de la entrevista (junio de 2016) se tenía que al menos 176 personas habían realizado un pedido desde mayo de 2015. Actualmente reciben entre 22 y 27 pedidos en cada semana, cifra que resulta significativa si se tienen en cuenta que empezaron entregar 2 pedidos semanales.

A partir de 2015, esta seccional se ha integrado a una red local llamada: Red de Mercados Agroecológicos Bogotá-Región, en donde diez experiencias de comercialización buscan el fortalecimiento de los procesos locales y regionales, favoreciendo los intercambios directos y las distancias cortas. Adicionalmente, este espacio ha permitido aumentar la oferta de productos, ya que entre las organizaciones participantes circula información frente a los excedentes de los productores y de esta manera logran garantizar la venta.

Por otro lado, el acceso a recursos y apoyos por parte de actores externos ha sido muy limitado, pese a que AgroSolidaria a nivel nacional ha logrado obtener recursos, la mayoría se destinan a zonas rurales, por lo tanto, la estrategia que han diseñado para lograr una mayor visibilidad a nivel local y de esta manera acceder a nuevos consumidores ha sido gracias a la participación de la seccional en diferentes eventos organizados por organizaciones del sector solidario.

- AgroSolidaria seccional Socotá

Tabla 13: Ficha técnica AgroSolidaria Socotá

Año de surgimiento	2006
Contexto/origen productores	Municipio de Socotá
Contexto/ Ubicación mercado	Rural – Socotá
Frecuencia de encuentros	Una vez a la semana
Canales de comercialización complementarios	Red de distribución AgroSolidaria
Número de participantes y productos	<ul style="list-style-type: none"> • 150 familias asociadas • Grupos asociativos de café y huevos
Alianzas	<ul style="list-style-type: none"> • Confederación AgroSolidaria



Fuente: Elaboración propia

AgroSolidaria – Socotá es el segundo caso que integra esta investigación que hace parte de la Confederación AgroSolidaria. Se ubica en el municipio Socotá, en el departamento de Boyacá, ubicado a 274 kilómetros de la Bogotá, sin embargo, por las condiciones de las vías de acceso, esta distancia se recorre aproximadamente entre cinco y seis horas. Esto refleja de alguna manera la distancia y las dificultades que enfrentan los pequeños productores para poder acceder a mercados sin la necesidad de depender de intermediarios externos. Pese a que el 99% del territorio es rural y es apto para la agricultura, la principal actividad económica es la explotación de carbón. Esto ha generado que la mayoría de los hombres se alejen de las actividades agrícolas, incluso de los jóvenes que en busca de obtener ingresos económicos han dejado de estudiar para ir a la mina.

En este contexto se ubica la seccional AgroSolidaria-Socotá, una de las primeras seccionales en todo el país, la cual se conformó en el 2006, sin embargo, una década atrás ya se venía consolidando un proceso organizativo de la mano de la Asociación Semillas, la cual daría lugar a lo que hoy es esta seccional. Pese a que el proceso previo contaba con la participación de más de 400 familias, la mayoría estaban vinculadas a los grupos de finanzas solidarias, con el objetivo de acceder créditos y apoyos económicos de libre inversión. La transición a AgroSolidaria buscó incentivar los préstamos para la producción agrícola y pecuaria en el municipio, esto generó que el número de familias participantes se redujera a 60, cifra que ha aumentado progresivamente, y en 2016 alcanzaba al menos 150 familias.

Los principales proyectos que han permitido consolidar esta seccional se asocian a la producción de café y huevo. En el caso del café, su consolidación estuvo precedida por un proceso de recuperación de los cafetales, los cuales habían sido abandonados por casi una década, principalmente por el auge de la minería y la recurrente contratación de mano de obra. Posteriormente, con apoyo de la Federación AgroSolidaria se gestionó un apoyo para capacitar a los productores en el manejo de los cafetales, desde los semilleros, las podas, el cuidado, logrando pasar de 200 o 300 matas de café a más de 3000, esto en solo dos veredas de las 40 que integran el municipio. Resultados que han permitido integrar nuevos productores y reactivar paulatinamente la siembra de café en otras veredas.

Otro de los grupos asociativos que han logrado conformar en Socotá, está integrado principalmente por mujeres que dentro de sus unidades de producción han destinado un espacio para la cría de gallinas “ponedoras”, es decir para la producción de huevo. Cada una de las mujeres que integraban este grupo asociativo llegó a tener más de 350 gallinas. Al igual que el grupo asociativo del café, la producción se hacía individual, pero la comercialización de manera colectiva, reduciendo de esta manera los costos de transporte y logística.

El grupo asociativo de huevo contó con una alianza que les permitió abastecer comedores comunitarios y escolares durante un periodo de tiempo, sin embargo posteriormente se implementó una ley de operadores logísticos, lo que restringió la

participación a empresas legalmente constituidas y que cumplieran ciertas características, lo que hizo que no se le pudiera dar continuidad al convenio. Esto dio lugar a que cada una de las cuidadoras de gallinas, buscara sus propios canales de comercialización, algunas han logrado establecer acuerdos con el restaurante de la mina, mientras que otras han tenido de ofrecer el huevo a intermediarios, además de reducir el número de gallinas a menos de la mitad. Los apicultores, también han logrado consolidar un grupo asociativo, en este caso, casi toda la miel es comercializada en Bogotá, dejando sólo una porción para el consumo de las familias productoras.

Una particularidad de este proceso, que lo diferencia de los otros casos, tiene que ver con la defensa del territorio, particularmente frente a la explotación minera. Si bien, la seccional no ha logrado consolidar grupos asociativos para todos los productos que se siembran, su presencia ha permitido incentivar procesos de organizativos con el objetivo de mejorar las condiciones de intermediación, además de generar espacios para el intercambio de productos en habitantes de las diferentes veredas.

Finalmente, otro de los grandes logros de esta seccional, ha sido el grupo de finanzas solidarias, integrado por 13 mujeres y dos hombres, el cual en un principio otorgaba créditos de libre inversión sin embargo, en la última etapa del proceso se han privilegiado créditos para producción agrícola y pecuaria, y para emprendimientos familiares (tiendas, telares, panaderías). Este tipo de incentivos ha generado que los jóvenes no se alejen del campo, aunque la migración y abandono del campo es una de las preocupaciones de algunos habitantes, ya que vivir en la ciudad sigue siendo uno de los objetivos de los jóvenes una vez que terminan la educación secundaria.

4.3.4 Conclusión Colombia

El contexto colombiano se caracteriza por la negación del campesinado dentro de la Constitución política del país. Este hecho ha dado lugar a una de las principales demandas de las organizaciones campesinas, al tiempo que se ha convertido en el motivo de diferentes expresiones organizativas para visibilizar procesos, vínculos y relaciones entre el campesinado y los contextos urbanos y rurales en los que desarrollan diferentes actividades.

Al mismo tiempo, la forma en que se han ordenado los procesos de distribución y comercialización en Colombia refleja el desplazamiento del campesinado de espacios favorables por donde logre vender su producción. Esta realidad ha motivado la emergencia de procesos de comercialización dentro de los que ubicamos las experiencias presentadas.

Los casos ubicados en Colombia son reflejo de la presencia del campesinado en contextos urbanos y rurales y de su capacidad de organización y participación en torno a la recuperación de las etapas del proceso productivo. Sobresale el caso de Mercados Campesino por los alcances que tuvo esta propuesta en torno a la incidencia en el diseño de políticas públicas que integraran la economía campesina como un eje de acción. Esta experiencia, a partir de sus virtudes y contradicciones, se consolidó como un caso emblemático para la ciudad y para los procesos organizativos que se venían gestando de manera simultánea en diferentes regiones del país. Al mismo tiempo, AgroSolidaria ha recuperado espacios de participación tanto a nivel local como a nivel regional y nacional, en torno a la producción y comercialización de alimentos, convirtiéndose en una experiencia que se funda sobre la posibilidad del fortalecimiento territorial para desde allí irradiar y complementar procesos similares,

4.4. Contexto mexicano. De la Revolución a los tratados de libre comercio

Dos hechos que marcaron la historia rural mexicana se condensan en los logros, consignas y demandas de la Revolución Mexicana y la firma del tratado de libre comercio con Estados Unidos y Canadá en 1994. El primer escenario da cuenta de luchas agrarias que exigían la repartición de las tierras concentradas en unos pocos terratenientes, proceso que logró la repartición de más de la mitad del territorio nacional a favor de ejidatarios y comuneros (Concheiro y Robles, 2012) y el segundo es el reflejo de los intereses económicos y la asimetría con la que se generan acuerdos comerciales.

En el primer escenario, la Revolución Mexicana (1910-1940) constituye uno de los hechos históricos más determinantes en relación al reparto de tierras. Estos hechos, fruto de diversas revueltas agrarias y luchas armadas, dieron lugar a la Ley Agraria de 1915 y el pacto social que le da forma al estado mexicano y que se expresa de manera

explícita en el artículo 27 de la Constitución de 1917, que en palabras de Hamnett (1999), daba la posibilidad al estado para expropiar la tierra de las haciendas grandes y distribuirla a los campesinos y a los indígenas. Bajo esta Ley se inauguró la posibilidad de un reparto de tierra que favoreciera a campesinos e indígenas a partir del reconocimiento del derecho histórico de los pueblos que eran originarios, reconocimiento que dio lugar a la llamada “propiedad social” compuesta por ejidos y comunidades agrarias¹⁶ (Concheiro y Robles, 2012)

La concepción de la reforma agraria pretendía ser restitutoria, es decir reponer a los dueños las tierras de las que habían sido despojados antes de la Revolución. Sin embargo, ante la falta de documentos probatorios y/o títulos de propiedad se procedió a la dotación de tierra como una “vía de reparación”. La reforma agraria nunca pretendió acabar con la propiedad privada, su objetivo fue el reparto de las grandes haciendas para acabar con la clase dominante y la concentración de la tierra (Concheiro y Robles, 2012; Sampaio, 2005). Una de las problemáticas más recurrentes, que incluso se repite en estos tiempos, es la mala calidad de las tierras entregadas, generalmente no aptas para la agricultura. De acuerdo con Robles (2006) el reparto de la tierra durante de las décadas del 80 y 90 se caracterizó porque 7 de cada 8 hectáreas eran de agostadero de mala calidad.

El periodo de reparto agrario se extendió por más de 80 años, en los que los acuerdos y formas de apoyo se dieron bajo diversas concepciones y escenarios de la política nacional, siendo en el gobierno de Lázaro Cárdenas (1934 y 1940), el periodo en el que el reparto estuvo acompañado de recursos económicos y apoyo técnico para los productores. Esta tendencia se ha mantenido, los apoyos para el campo son cada vez más reducidos y las medidas que se toman muchas veces no surten efecto. “Crear que las reformas jurídicas por sí solas generan desarrollo rural es un error, las reformas nunca estuvieron acompañadas de otras acciones de gobierno o las que se aplicaron - Procampo, Alianza para el Campo y Programas de comercialización- no lograron reactivar la producción agropecuaria ni atraer la inversión” (Concheiro y Robles, 2012:189).

Pese a los diversos escenarios que se presentaron durante los más de 80 años que estuvo vigente la Ley de reparto agrario, no sería hasta el nombramiento de Salinas de Gortari en 1988 que las condiciones y las prioridades del estado mexicano darían un giro hacia la “modernización económica” y la puesta en marcha de un plan que asegurara las condiciones para “ingresar” a la economía de mercado. Esto, dio lugar a la llamada contrarreforma agraria (entre otras reformas legislativas que contribuían a la apertura económica), la cual promovió una ruptura del pacto social que había emergido de la Revolución Mexicana. En 1992, y estimulados por las recomendaciones del Banco Mundial, el gobierno decide modificar el marco legal agrario, a través de la reforma al Artículo 27 Constitucional: “la propiedad de las tierras y aguas comprendidas dentro de los límites del territorio nacional corresponde originariamente a la Nación, la cual ha tenido y tiene el derecho de transmitir el dominio de ella a los particulares constituyendo la propiedad privada” (Diario Oficial de la Federación, 6 enero de 1992).

Esta “contrarreforma” constitucional significó mayor desigualdad, negando el acceso a la tierra a los campesinos e indígenas, una nueva forma de promover el latifundio y la posibilidad de privatizar la propiedad social (Concheiro y Robles, 2012). De esta manera la discusión y las preocupaciones hacia el sector agrario del país se centraban en dos puntos: fin del reparto de tierras y la “seguridad” en la tenencia de la tierra.

El objetivo de la contrarreforma era brindar seguridad mediante la titulación de los sujetos agrarios con el fin de capitalizar el campo. Para esto se requería por un lado fortalecer la pequeña propiedad y las nuevas formas de asociación. Sin embargo, nunca se plantearon las disposiciones legales para proteger a los propietarios privados con menos de 10 hectáreas (que eran la gran mayoría, alrededor de un millón de propietarios). Al mismo tiempo, esta reestructuración llevó a que el funcionamiento de las organizaciones campesinas que se habían fortalecido durante la etapa anterior quedara inoperante ante un nuevo escenario en el que los productores deberían vincularse con actores diversos y someterse a las fuerzas del mercado, además de la presencia del clientelismo como práctica recurrente dentro de los territorios campesinos e indígenas (Hernández, 1992)

De acuerdo con Moguel (1992:263), algunos de los líderes campesinos se expresaron en su momento respecto a la modificación al artículo 27: *“corremos el riesgo de quedar despojados de nuestro patrimonio para pasar a ser simples obreros de los inversionistas”* *“El reparto agrario aún no ha terminado”* *“Es ilegal imponer modalidades a la propiedad ejidal”*, entre otras voces, se oponían a lo que Salinas de Gortari llamó *“la transformación del ejido”*. Situación que se vería forzada a raíz de la firma del tratado de libre comercio con Estados Unidos y Canadá.

Bajo los parámetros de la apertura económica, el sector de pequeños campesinos e indígenas agricultores que disponían de tierras productivas, comenzaron a ser presa de los grandes capitales que bajo diversos contratos lograron obtener el derecho de uso de la tierra por largos periodos de tiempo. A partir de esta época, las políticas agrícolas, los incentivos y los apoyos estaban destinados a impulsar económicamente el sector del campo. Situación que tras la firma del tratado se manifestó a través de una relación de subordinación del campo mexicano. De acuerdo con Bartra (2010) esta subordinación se manifiesta en diferentes esferas: económica ya que alrededor del 85% de los intercambios de México se realizan con Estados Unidos, al mismo tiempo que viene dos tercios de la inversión extranjera directa; es demográfica, en la medida que el flujo migratorio de México a Estados Unidos ha llevado a que 30 millones de personas de origen mexicano viven allí; también alimentaria, pues actualmente México importa de ese gigante agrícola más del 40% de lo que se consume en el país, principalmente granos, oleaginosas y lácteos; es social y se manifiesta en los 400 mil mexicanos que migraron anualmente a Estados Unidos durante los tres primeros lustros del TLCAN, y quienes a partir de las remesas lograron atenuar el desempleo; es política y su mayor consecuencia se manifiesta en las relaciones diplomáticas que se mantienen con Estados Unidos, en detrimento de fortalecer relaciones con otros países de la región, lo que dificulta sostener la tradicional independencia de nuestra política exterior respecto de los designios imperiales; es de seguridad, al ser ámbito de origen y tránsito del narcotráfico y haber cedido a la política estadounidense la estrategia para combatirlo, alimentando de esta manera una guerra interna que cobra la vidas de muchos mexicanos inocentes (Bartra, 2010: 36-37)

Esta situación se refleja en el grado de apertura comercial antes y después de la firma, de acuerdo con Villarreal (2004) mientras que entre 1980-1985, el grado de apertura de la economía mexicana era de 20%, para 1986-1993 era del 30%, y con la firma del TLCAN en 1994 este índice alcanzó 50%. Con el agravante que en el acuerdo se comprometió la desgravación inmediata de muchos productos agrícolas y se fijó un periodo de 15 años para eliminar la totalidad, es decir que desde 2008 todas las importaciones agropecuarias de Estados Unidos y Canadá entran a México sin ningún arancel.

Las negociaciones no privilegiaron los intereses nacionales (de productores y consumidores), y los productos más sensibles para la economía mexicana fueron incluidos dentro de las negociaciones, a diferencia de Estados Unidos, en donde los agricultores recibieron protección de parte del estado garantizando su estabilidad frente a la entrada en vigencia del tratado. Si bien, aproximadamente el 4% del PIB es agropecuario, el agro aún emplea al 16% de la población económicamente activa y el 23% de los mexicanos sigue viviendo en el medio rural. Es decir que la importancia del campo en el empleo es cuatro veces mayor que su peso en el valor de la producción, y sigue siendo el ámbito de residencia de uno de cada cuatro mexicanos (Bartra, 2010).

Por otra parte, según Concheiro y Robles (2012), el principal error fue que se abrieron de manera indiscriminada las fronteras a dos países con los que México tiene profundas asimetrías, tanto en lo referido a dotación de recursos naturales, tecnológicos y de capital, como en los desiguales costos de producción y de transacción. Separan también a estos tres países los subsidios a los productores, diferencia que se vio agravada con la Ley de Seguridad Agrícola e Inversión Rural de Estados Unidos, la llamada *Farm Bill*.

De acuerdo con Mittal y Rosset, (2003), con la *Farm Bill*, los subsidios de la agricultura de Estados Unidos se elevaron a 248.000.600 millones de dólares para los siguientes 10 años después de la firma del tratado, destinados principalmente para algodón, trigo, maíz, soya, arroz, avena, cebada y sorgo (dirigidos principalmente a grandes terratenientes y corporaciones). El producto que recibió mayores subsidios por parte del gobierno norteamericano fue el maíz, lo que generó una gran disparidad en torno al

precio del cultivo más extendido en territorio mexicano. Situación que llevo a que los productores de estados unidos pudieran vender en el mercado internacional su producción a un precio por debajo del costo de producción, incurriendo en la práctica del *dumping*, lo cual es particularmente grave, si se tiene en cuenta que el maíz representa cerca de 40% de las exportaciones de granos de Estados Unidos a México y al mismo tiempo, estas importaciones alcanzaban para los primeros años de la década del 2000 el 30% de la demanda nacional (Fanghanel, 2005).

Este panorama se reafirma cada vez más bajo la pretensión de incentivar la industria agroalimentaria como motor del desarrollo rural. Al igual que en el contexto colombiano, esta situación se refleja en el tipo de apoyos y subsidios otorgados por el gobierno en donde se observa un sesgo que favorece a los grandes y medianos productores, a través de programas como Procampo, el programa Ingreso Objetivo, subsidia directamente la producción de los agricultores más grandes del país, mientras que los apoyos destinados a la comercialización van directamente a grandes empresas procesadoras y comercializadoras, incluidas empresas transnacionales, como Cargill y Maseca (Fox, 2010).

Escenario que se reforzó con la flexibilidad de los contratos y acuerdos entre los productores y los dueños de grandes capitales, provocando que corporaciones de la industria alimentaria busquen aplicar esquemas de producción, basados en el abasto de semillas e insumos a los productores locales con el objetivo de generar dependencia tanto de los insumos como de los canales de comercialización. De esta manera las cosechas quedan atadas desde la semilla hasta la distribución, generando economías de escala, reproduciendo relaciones de poder y perdiendo autonomía y capacidad de decisión sobre los territorios, sin mencionar el impacto ambiental y social de estas prácticas productivas (Dufumier, 2014).

Bajo estas condiciones es que campesinos e indígenas mexicanos continúan diseñando estrategias y formas de participar en mercados que representen mejores condiciones tanto de producción como de comercialización. Para ello, las experiencias analizadas en esta investigación, son una evidencia de los procesos organizativos que se vienen gestando desde hace varios años en diferentes contextos del campo mexicano. Al

respecto, a diferencia del contexto colombiano, la agricultura orgánica ha servido para poner en el escenario mecanismos para la transformación de los procesos productivos. Su importancia ha sido tal, que México se ubica a nivel mundial según IFOAM (2015) dentro de los cinco principales productores de alimentos orgánicos del mundo. Sin embargo, el diseño de la política pública y de los marcos legales está enfocado en la consolidación de México como abastecedor de productos orgánicos para los mercados de Estados Unidos, Canadá, Unión Europea y Japón, en detrimento del consumo local. Para esto, se han realizado esfuerzos que han permitido diseñar lineamientos y marcos regulatorios que certifican los procesos productivos, reglamentos que para pequeños productores representan un obstáculo para participar. Sin embargo, la gran visibilización que logró este tipo de agricultura, sirvió de plataforma para la emergencia de diversos procesos complementarios que dinamizan formas de producción que cuestionan y reivindican la defensa de la tierra y del territorio.

4.4.1 Algunas cifras relevantes

La realidad del campo y del campesinado mexicano coincide con las cifras presentadas a nivel mundial. Como lo plasma el Censo Agrícola y Ganadero de 2007 realizado por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) de las 4.069.938 unidades de producción con actividad agropecuaria o forestal, el 67.8% son menores o iguales a 5 hectáreas. Sin embargo, este tipo de unidades de producción ocupan poco menos del 8% del total de la tierra con actividad agrícola, mientras que aquellas con más de 2.500 hectáreas, que corresponde al 0.07% del total, controlan el 27.25%, y si se incluyen las unidades de producción con más de 100 hectáreas la concentración de la tierra asciende al 60%.

Pese a estas cifras, el mismo informe resalta el hecho de que las unidades de producción que más han crecido en México en las últimas décadas son aquellas menores a 5 hectáreas, pasando de 2.114.622 en 1990 a 2.761.782 en 2007. Este dato resulta irrelevante frente a los procesos de concentración de la tierra que se da en el país, y por lo tanto, una vez más se invisibilizan los procesos que están detrás de ese tipo de fenómenos, como pueden ser la parcelación de los terrenos, dando lugar a un mayor número de unidades productivas, pero cada vez más pequeñas.

Sin embargo, son las unidades de producción de menos de a cinco hectáreas las encargadas de abastecer el 39% de la producción agropecuaria nacional (IICA, 2012). Garantizando además del 73.4% de la producción de maíz blanco, el 70.5% del maíz amarillo y el 60.62% del frijol (INEGI, 2007). Al mismo tiempo, son responsables de generar la mayor parte del empleo rural con el 56.8% de los empleos del sector, pero si a este se le agregan todas las unidades menores de 10 hectáreas la cifras asciende al 74.1%, mientras que las unidades de producción de más de 100 hectáreas solo contratan al 7.9% de los trabajadores agrícolas, esto como resultado de la tecnificación y especialización del campo (INEGI, 2007).

Un dato que respalda los procesos de tecnificación está relacionado con los apoyos que se dan al campo, los cuales nuevamente son concentrados por las grandes unidades de producción. De acuerdo con Robles (2015) los esfuerzos legislativos y presupuestarios para apoyar a las pequeñas unidades de producción no han dado resultado. Los programas de subsidios con mayor cobertura –Procampo, hoy Proagro Productivo- generan más desigualdad y pobreza que el apoyo que entregan. El 70% de los beneficiarios son pequeños agricultores y reciben 4.956 millones del total de los apoyos, mientras que 1.5% de los beneficiarios que pertenecen a la agroindustria reciben 4.662 millones de pesos. Además, la mayoría de estos apoyos se concentran en cinco estados del norte del país (Sonora, Sinaloa, Tamaulipas, Chihuahua y Jalisco) en donde tan sólo se ubican el 9.2% de los productores agrícolas (Robles, 2013).

Este panorama refleja una evidente invisibilización del campesinado a nivel nacional, donde los altos índices de pobreza contrastan con su aporte al abasto alimentario del país. De acuerdo con el Consejo Nacional para la Evaluación de la Política Social (Coneval), en 2014 el campo vivían 11.3 millones de personas en de pobreza extrema, esto es 1.1 millones más que en 2010.

Lejos de las cifras se ubican las estrategias que diseñan las comunidades indígenas y campesinas, las cuales se sustentan en el sistema milpa como la herencia de saberes que han sabido conservar con el tiempo. Y salen de las cifras y los datos, porque no se contemplan como fuentes de alimentos algunas de las 500 especies de quelites (verdolagas, chaya, huazontle, flores de calabaza, entre otras) que aportan a la

alimentación de los productores y que representan una fuente de diversidad biológica y alimenticia para el país, de ahí la importancia de conservar las variedades locales y los usos tradicionales. En ese sentido podríamos afirmar, que tanto en México como a nivel mundial, la invisibilización de este tipo de sistemas alimentarios locales tiene su explicación en el esfuerzo por homogeneizar la dieta, la producción –tanto agrícola como pecuaria- y los canales de comercialización (Rojas, 2017)

4.4.2 Canales de distribución¹⁷

El contexto frente a la distribución y comercialización de alimentos en México es muy similar al caso colombiano, caracterizado por cambios significativos a partir de la década de los ochenta en la cual se comienza a transitar de las formas tradicionales hacia esquemas empresariales basados en transformaciones organizacionales y tecnológicas. Este tránsito podría definirse a partir de los efectos de la apertura comercial, la cual dio lugar a quiebras, fusiones y adquisiciones de diversos espacios de comercialización y distribución local (Gasca y Torres, 2013).

Si bien en México, a partir de la década de los cuarenta existían actores que se disputaban el mercado en las principales ciudades (Cifra, Grupo Gigante y Comercial Mexicana en la Ciudad de México; Soriana en Coahuila; Casa Ley en Sinaloa y; Chedraui en Veracruz) es en la década de los noventa, a raíz de la entrada del Tratado de Libre Comercio, que se da un proceso de expansión en el que entraron a participar cadenas de comercialización extranjeras. El primero en ingresar fue Walmart, a través de una alianza con el Grupo Cifra, estrategia que fue replicada por Carrefour y Auchan en 1994, además Kmart y H-E-B. Posteriormente, estas alianzas dieron lugar a un proceso de fortalecimiento de las principales cadenas comerciales a nivel nacional, generando una reacomodación de su participación, en la que Comercial Mexicana adquiere las tiendas Carrefour, mientras Chedraui hace lo propio con Auchan. La excepción a este reacomodo sería, el grupo mexicano Cifra el cual fue adquirido en su totalidad por Walmart en 1997.

A partir de ese momento, la estrategia de consolidación de las grandes cadenas de supermercados se basó inicialmente en el fortalecimiento regional, y posteriormente se diseñaron diversas estrategias de expansión basadas el diseño de diversas

modalidades. Desde hipermercados y clubes mayorista, supermercados y autoservicios, establecimientos con formatos de precios bajos, bodegas y venta de productos gourmet, supermercados de barrio y tiendas de conveniencia.

De acuerdo con la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, en 2012 el sector de autoservicios y supermercados en México se integró por 37 cadenas, 4.954 establecimientos, 13.5 millones de m² de superficie de venta y generaban un poco más de 388.000 empleos directos. A nivel nacional Walmart domina el mercado con más de 2000 tiendas, seguida de Soriana con aproximadamente 600 establecimientos, Comercial Mexicana con 232 y Chedraui con casi 200. En otra categoría se ubican las tiendas de conveniencia, que por sus características (horarios, servicios, expansión, oferta) se han consolidado en todo el país, haciendo presencia con más de 20 mil tiendas, de las cuales la cadena Oxxo participa con al menos el 50% de las tiendas de este formato.

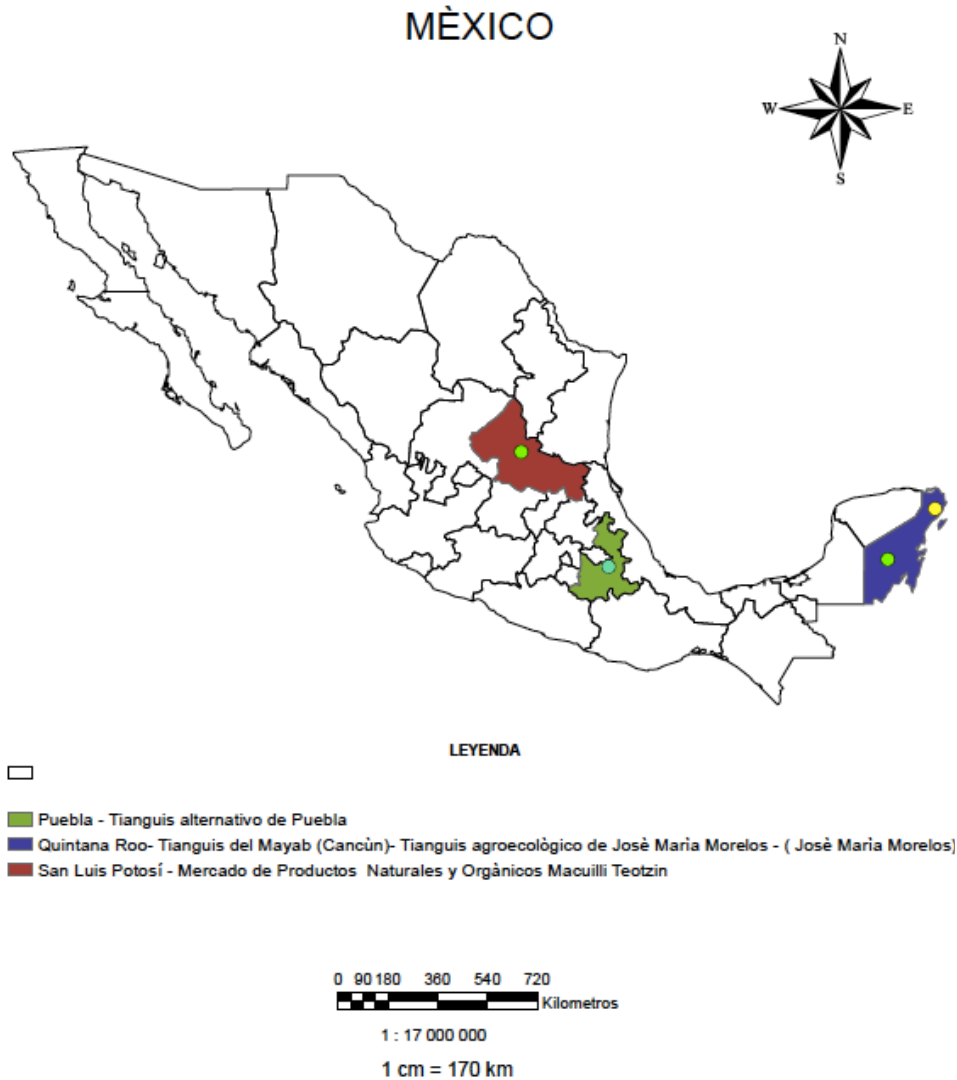
Este fenómeno de flexibilización del tamaño de las tiendas ha permitido diversificar la localización de las tiendas, incidiendo de manera negativa en los pequeños comercios locales, y tiendas especializadas como panaderías, carnicerías, tortillerías, además de transformar los hábitos alimenticios y la diversidad de los productos ofertados, principalmente en zonas rurales

Por otro lado, así como en el caso colombiano, existen otro tipo de canales de distribución y circulación de alimentos que no logran ser integrados en los registros oficiales. Se trata de cooperativas de consumo, grupos de compra informal, tianguis, mercados sobre ruedas, tiendas de abarrotes, tiendas especializadas y mercados alternativos. Estos últimos surgidos en diferentes ciudades del país, sin embargo, al igual que en Colombia, este tipo de espacios no están sistematizados y muchos de ellos ni siquiera están integrados a procesos organizativos más amplios. Lo anterior ha dado lugar, por un lado a la emergencia de mercados adjetivados que no inciden en transformaciones más amplias, sino que por el contrario se apropian de discursos y conceptos “alternativos” –solidarios, ecológicos, locales, orgánicos-, sin que esto represente transformaciones a los procesos productivos, y por otro, genera confusión y

desinformación entre los consumidores, a partir de su vínculo de con espacios exclusivos y elitistas.

4.4.3 Casos de estudio México

Mapa 2: Ubicación casos seleccionados México



Fuente: Elaboración propia

- Casos Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos (REDAC)

Como se mencionó anteriormente, en el contexto mexicano los procesos de producción orgánica cobran mayor relevancia que en otros países de la región. Un actor relevante dentro de estas prácticas productivas fue la REDAC, en la que participaron tres de los

mercados seleccionados para esta investigación. A diferencia de los casos colombianos, a pesar de haber integrado un espacio organizativo común, en las prácticas productivas y de organización internas conservan diferencias decisivas frente a los mecanismos implementados para la transformación de los procesos productivos.

La REDAC surge en 2004 con el objetivo coordinar esfuerzos entre las iniciativas que se venían consolidando en torno a la producción y el consumo de productos orgánicos en diferentes partes del país. La red se mantuvo activa durante al menos diez años, tiempo en el que logró integrar más de 37 mercados en al menos 15 estados del país. Su participación en el diseño de la Ley de producción orgánica de 2006, junto con sus lineamientos en 2013, generó diferencias y rupturas dentro espacio común que integraban. El elemento principal que provocó el distanciamiento tuvo que ver con la pérdida de autonomía de cada mercado frente a los procesos productivos dinamizados por una amplia diversidad de participantes y los contextos en los que se ubican. Uno de los mayores logros que alcanzó la red, fue contar con la participación de los líderes de cada uno de los mercados en torno al diseño del marco legal que se venía construyendo. El momento de su implementación estuvo caracterizado por diversos mecanismos de control y vigilancia que no favorecían los procesos internos de cada mercado, principalmente por el no reconocimiento de las particularidades de cada contexto.

Pese a esta coyuntura, la mayoría de los mercados que integraban la REDAC continuaron afianzando sus propios procesos sobre la base del cuidado por el medio ambiente y la justicia económica y social (Nelson, 2008). La propuesta común continuó siendo la de acercar a consumidores y productores para compartir características de los productos, experiencias e historias que se tejen entre los participantes. La REDAC apuntaba a que los mercados locales se construyen con el apoyo de la comunidad para incentivar la producción y el consumo y contribuir al empoderamiento y el fortalecimiento de actores locales, además *“apoyar este tipo de vínculos también sirve para la construcción de solidaridad en la comunidad y el establecimiento de relaciones de confianza”* (Nelson, 2008).

Finalmente, pese a no continuar activa, la experiencia adquirida por los participantes de los mercados que integraron la REDAC permitió darle continuidad a diversos procesos internos en cada mercado, así como la conformación de espacios comunes a nivel local y regional, sin embargo consideramos que los esfuerzos por afianzar un espacio de diálogo a nivel nacional es una de las grandes pérdidas que dejó la ruptura.

- Tianguis Alternativo de Puebla - Puebla, Puebla

Tabla 14: Ficha técnica Tianguis Alternativo de Puebla

Año de surgimiento	2007
Contexto/origen productores	Puebla, Cholula, Guerrero, Estado de México, Morelos, Hidalgo
Ubicación mercado	Urbano. Sur de la ciudad de Puebla.
Frecuencia de encuentros	Todos los Sábados
Canales de comercialización complementarios	<ul style="list-style-type: none"> • Mercados locales cercanos • Intermediación solidaria
Número de participantes y productos	<ul style="list-style-type: none"> • 20 transformadores y otros (panes, salsas, quesos, jabones, platillos típicos) • 7 productores (hortalizas, nopales, frutas de temporada, café, miel, huevos, tortillas)
Alianzas	<ul style="list-style-type: none"> • Productores • Promotores • Consumidores • Sembrarte A.C.



Fuente: Elaboración propia

Este Tianguis se nombra alternativo, en la medida que se considera una opción a los sistemas agroalimentarios actuales, fungiendo además como una plataforma para que los campesinos y campesinas que ofrecen sus productos, accedan a un mercado favorable, además de incentivar procesos para la transformación otro tipo de prácticas. Se ubica en la capital del estado de Puebla, uno de los cuatro estados más poblados del país, solo por detrás del estado de México, Veracruz y Jalisco. Se inauguró en julio de 2007 como resultado de un mapeo de productores del estado de Puebla, realizado por estudiantes de la Universidad Autónoma de Puebla, en el que se identificó la comercialización como una de las principales problemáticas que debían enfrentar. A

partir de allí, se conformó un colectivo llamado “Tlajke Nawake” (cerca y juntos), con el que se comenzaron las primeras gestiones para consolidar un espacio de intercambio presencial que permitiera mejorar las condiciones de venta de los productores. En un principio el mercado contaba con tan solo tres productores, para 2017 participaban más de 30 productores, transformadores e intermediarios solidarios.

De acuerdo con una de las fundadoras de este espacio, para la consolidación de este mercado, el apoyo e intercambio de experiencias con distintos mercados miembros de la REDAC fue determinante para su conformación. Previo a su inauguración, los promotores de este mercado participaron de un encuentro promovido por la red, en el que se dieron a conocer diversos proyectos de comercialización e intercambio en diferentes regiones del país, con el objetivo de articular y potenciar esfuerzos regionales. Mientras tanto, desde la REDAC se brindaron asesorías y acompañamientos en torno a la implementación de los procesos de certificación para la producción orgánica.

En este escenario el Tianguis Alternativo de Puebla ha enfrentado diversas etapas, algunas de ellas, definidas a partir del acceso a espacios que les garanticen la regularidad de los encuentros presenciales. La primera etapa del Tianguis se desarrolló en las inmediaciones de un parque de la ciudad, en donde cada sábado del mes se reunían productores y consumidores, sin embargo, a partir de los conflictos que genera el uso del espacio público –uno de los grandes inconvenientes para este tipo de iniciativas-, las restricciones impuestas y la ausencia de apoyos, esta experiencia estuvo cerca poner fin a su intención de transformar los procesos de distribución y comercialización de productos de origen campesino, artesanal y local.

A raíz de la intención de los participantes por continuar el proceso, y del esfuerzo por trasladar el Tianguis a un espacio que les ofreciera mayor seguridad y estabilidad, surgió la oportunidad de trasladar los encuentros a las instalaciones de *Sembrarte*, un proyecto de agricultura urbana que ofrece talleres, asesorías y productos para la elaboración de huertos. Este vínculo ha significado la posibilidad de afianzar un espacio estable, en el que además de los encuentros presenciales han logrado promover

actividades complementarias entre los participantes, ayudando a fortalecer las prácticas productivas a partir del intercambio de experiencias entre productores y consumidores.

Esta última etapa, a partir de 2014 ha servido para la continuidad y fortalecimiento de iniciativas que van más allá de la comercialización, como lo menciona una de las promotoras del tianguis, Este espacio es más que un simple espacio de intercambio comercial. Pretende fomentar prácticas comerciales más solidarias con el medioambiente natural y social, así como valorar los recursos tradicionales que siguen existiendo en México. Asimismo, es un espacio de formación del consumidor responsable que apoya estos procesos (García, R. 2015:27)

A diferencia de otros mercados, este Tianguis ha logrado superar algunos de los retos más comunes para este tipo de experiencias: la frecuencia de los encuentros presenciales, la variedad de los productos y el número de productores agrícolas. A partir de diferentes estrategias que analizaremos más adelante, este Tianguis ha diseñado mecanismos de participación basados en la demanda de cada producto, logrando integrar a nuevos productores y consumidores constantemente, mecanismos que se fortalecen a partir de la realización de los encuentros semanales. En los días de mercado se realizan talleres, charlas y actividades que van desde el consumo responsable, hasta la elaboración de platillos con los alimentos que se ofrecen en el tianguis, así como también actividades y charlas para diferentes edades estimulando de esta manera la convivencia entre los participantes

En cuanto a su estructura organizativa, el tianguis tiene un reglamento interno, reglamento del día de venta, y otro de los procesos de certificación participativa. La organización y administración del tianguis se distribuye entre una coordinación general, tesorería y tres comités: comité de promoción y educación, comité de certificación y producción y el comité de orden y disciplina para los días de mercado.

Uno de los objetivos de los comités ha sido lograr integrar a los participantes a partir de la división de tareas y responsabilidades, para ello, todos los participantes deben realizar actividades en alguno de los comités. El coordinador general de cada comité es elegido en asamblea, espacios de deliberación en el que se toman las decisiones referentes al funcionamiento del Tianguis. Adicionalmente, al final de cada mercado hay

un momento para dialogar aspectos que se pueden mejorar, así como para realizar acuerdos.

El tipo de participantes es muy variado, se encuentran amas de casa, campesinos y campesinas, jóvenes, jubilados, agricultores urbanos, promotores, organizaciones de la sociedad civil, entre otros, todos con la intención de ser una alternativa en la alimentación y construir colectivamente “otro consumo”. Los productores que asisten provienen de localidades ubicadas entre los 11 kilómetros en San Andrés Cholula y los 260 kilómetros en Iguala, Guerrero. Los interesados en formar parte de este tianguis, deben expresar su disposición de participar no solamente en la comercialización, sino en los diferentes procesos y comités; el comité de certificación y participación es el encargado de emitir un concepto frente a la participación de los productores interesados, y finalmente en asamblea se toma la decisión de ingreso, basados, entre otras cosas, en la posibilidad de ampliar la oferta y evitar la saturación de algún producto dentro del tianguis.

Actualmente el tianguis logra abastecer de diferentes productos saludables y locales de la canasta básica a más de 300 familias, al tiempo que apoya más de 25 proyectos productivos locales, los cuales dan ingreso a unas 40 familias, pues como mencionamos anteriormente, este espacio también funge como plataforma para acceder a otros espacios de comercialización a nivel local y regional. Al mismo tiempo, el encuentro de productores estimula intercambios de productos, ya sea para el consumo propio o para su distribución en los lugares de origen, es decir, se logran estimular procesos de intermediación entre los mismos participantes, reconstruyendo de esta manera una de las etapas del proceso productivo que más afecta a pequeños y medianos productores.

El tipo de apoyos que han logrado consolidar se han limitado a la posibilidad de acceder a convocatorias que apoyan iniciativas locales, rurales, de apoyo a las mujeres, entre otras. Sin embargo, este tipo de apoyos no son regulares, por lo tanto, para el sostenimiento del espacio y de la infraestructura que han logrado adquirir, los productores deben aportar de manera voluntaria una cooperación. Han contado con el apoyo de la Universidad Iberoamericana de Puebla, a través de los programas de

servicio social, logrando de esta manera impulsar algunos procesos internos de control, organización y difusión, principalmente.

A nivel local, este Tianguis se ha convertido en un referente para consumidores que buscan productos naturales, orgánicos, locales o simplemente que buscan reconocer el esfuerzo que hay detrás de cada alimento. Por otro lado, el esfuerzo que han venido realizando por afianzar un proceso colectivo, que permita la participación y diálogo entre todos sus integrantes, contrasta con la emergencia de mercados “alternativos” en la ciudad de Puebla, sin embargo en muchos casos se trata de espacios que buscan, a través de la simple adjetivación, atraer a consumidores con capacidad de compra, generando de esta manera que los productos locales, orgánicos, campesinos, sean asociados con precios altos y consumos elitistas.

Este fenómeno ha dado lugar a diversas posturas dentro de los participantes, por un lado, a partir de la visibilidad local que ha tenido el Tianguis, algunos de los productores han decidido ingresar a otros espacios motivados por la posibilidad de obtener mejores precios, afectando la oferta de productos que ofrecen en el Tianguis. Si bien los discursos son susceptibles de ser cooptados, existen características propias de este tipo de mercados que los diferencian y que no se agotan en el producto, e incluso en el intercambio directo. Para ello, en este Tianguis se encuentran diversas iniciativas colectivas e individuales que permiten apreciar la capacidad de transformación que existe frente a cada una de las etapas del proceso productivo.

Reflejo de lo anterior, son los procesos de certificación que implementan este tipo de mercados, y donde el Tianguis Alternativo de Puebla se ha erigido como uno de los más exitosos a nivel nacional. Este proceso contempla transformaciones que involucran las prácticas productivas, a partir de la transición de una agricultura de insumos químicos a una agricultura basada en las prácticas y conocimiento tradicionales. Para esto, el Tianguis ha diseñado cuatro categorías de productos, los cuales están visibles al consumidor: orgánico, en transición, artesanal, alternativo. En cuanto a los procesos de distribución e intercambio, además de estimular relaciones directas en donde la palabra del productor recobra su importancia, es posible identificar formas de

intermediación solidaria, lo cual evidencia que otras formas de desarrollar esta etapa son posibles.

Finalmente, es preciso mencionar que las formas de incidencia y participación en espacios más amplios no ha logrado manifestarse, lo que de alguna manera plantea otro tipo de retos y formas organizativas que se logran traducir en reivindicaciones más claras que rebasan el espacio del mercado. Para ello, la necesidad de construir redes que no se agoten en el intercambio comercial es un aspecto a tener en cuenta.

- Mercado de Productos Naturales y Orgánicos Macuilli Teotzin. San Luis Potosí. San Luis Potosí.

Tabla 15: Ficha técnica Mercado de Productos Naturales Macuilli Teotzin

Año de surgimiento	2011
Contexto/origen productores	Cuatro zonas del estado: el Altiplano, de la Huasteca, de la Zona Media y de la Zona Centro.
Ubicación mercado	San Luis Potosí – Instalaciones de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Frecuencia de encuentros	Un sábado al mes
Canales de comercialización complementarios	Tienda Casa Garambullo, SLP Mercado de productos naturales Macuilli Teotzin – Matehuala, SLP
Número de participantes y productos	28 transformadores y otros (panes, salsas, conservas, jabones, licores, platillos típicos) 1 Artesanías 4 Productores (hortalizas, nopales, frutas de temporada, café, miel, tortillas)
Alianzas	<ul style="list-style-type: none"> • Universidad Autónoma de San Luis Potosí • Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación • Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria • Productores • Promotores • Consumidores



Fuente: Elaboración propia

El mercado Macuilli Teotzin se ubica en la capital del estado de San Luis Potosí. Ciudad que se caracteriza por la presencia de diferentes industrias que buscan aprovechar su ubicación entre las tres ciudades más importantes del país -Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. Este fenómeno, ha dado lugar a que la producción agrícola

no tenga la importancia que merece y que sus productores deban desplazarse a la ciudad en busca de ingresos en la zona industrial de la capital, entrando a las filas de obreros que integran la industria automotriz, principal fuente de ingreso del estado.

En este contexto, la posibilidad de consolidar un espacio de comercialización que favorezca a pequeños y medianos productores cobra importancia. Es así que el Macuilli Teotzin, a partir de diversos encuentros realizados con productores de la región en el marco de un proyecto de formación campesina alternativa, en el que se generó un espacio denominado “Escuelas de Campo y Experimentación para Agricultores”, con la participación de diversas instituciones académicas, entre esas, la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP) y la Universidad Autónoma de Chapingo. En estos encuentros, una de las principales conclusiones y preocupaciones que expresaron los productores, fue la ausencia de espacios de comercialización favorables en los que pudieran ofrecer sus productos, además de la alta intermediación a la que se veían sometidos.

De allí, que a partir del 2011, a raíz del interés de profesores y estudiantes de la carrera en agroecología de la facultad de agronomía y veterinaria de la UASLP, se comenzó a diseñar un espacio de comercialización que permitiera fomentar los procesos productivos de pequeños productores campesinos e indígenas de la región. Este proceso de comercialización se transformó en una asociación civil, con un objetivo muy claro: estimular la producción orgánica basada en principios agroecológicos y la integración de pequeños y medianas productores de la región. Durante la etapa de conformación, contaron con el respaldo de la REDAC, desde donde se lograron avances frente a los procesos de producción orgánica, los cuales este mercado ha retomado y busca consolidar como un elemento diferenciador frente a otro tipo de experiencias similares.

El mercado ha pasado por diferentes etapas que han estado marcadas por la incertidumbre que genera no contar con un espacio propio, teniendo que cambiar de lugar los encuentros presenciales en repetidas ocasiones. En la última etapa, la Facultad del Hábitat de la UASLP, ha facilitado un espacio que garantice la realización de los encuentros una vez al mes, logrando de esta manera afianzar un grupo de

productores y consumidores frecuentes pero limitados por la oferta y la capacidad del espacio en el que se ubican. A partir de agosto de 2017, se realizan mercados en la ciudad de Matehuala, también con el apoyo de la UASLP a través de la Coordinación Académica Región Altiplano.

La estructura organizativa se caracteriza por la división regional de sus participantes - altiplano, huasteca y centro- los cuales integran comités por donde circula la información y se transmiten los mensajes, acuerdos y propuestas. Para ello, existe una mesa directiva integrada por productores, la cual cuenta con el acompañamiento de miembros de la comunidad académica, sin embargo las decisiones son tomadas por los participantes. Para la toma de decisiones existen dos formas, una regional y una ampliada, la primera se da después de cada día de mercado, en donde los productores regionales se reúnen y realizan la evaluación del mercado y posteriormente se comunica a las otras dos regiones, de esta manera circula información. La otra forma es la asamblea ampliada que se realiza una vez al año - por la falta de recursos para realizarla con mayor frecuencia-, en ella se toman decisiones respecto al calendario, las actividades y los compromisos que asume cada región.

Los promotores de este mercado identifican tres apoyos como determinantes para su consolidación, la UASLP, la REDAC y GIZ Cooperación alemana. El primer apoyo ha estado presente en las diferentes etapas del proceso, donde además de facilitar infraestructura y el espacio en donde se ubican actualmente, la comunidad académica constituye los principales consumidores del mercado. Al mismo tiempo, desde diferentes programas académicos de la universidad se han realizado trabajos de investigación, talleres y acompañamiento a los productores, además de integrar el programa de servicio social a algunas de las actividades dentro de los días de mercado presencial.

En segunda instancia, la REDAC fue durante el tiempo que estuvo vigente, uno de los principales apoyos con los que contaron éste y otros mercados, a través de talleres que buscaban el fortalecimiento de la producción orgánica y de la implementación del marco legal vigente. Al respecto, el interés de los coordinadores de este mercado frente a su implementación, le permitió a esta experiencia ser el primer mercado local con la

facultad de otorgar certificados de producción orgánica a partir de mecanismos de certificación participativa. Este logro, no hubiera sido posible sin el apoyo de GIZ quienes entre 2012 y 2013, aportaron recursos económicos a los procesos de certificación.

Para los promotores de este mercado, la posibilidad de consolidar el proceso de certificación participativa dentro de los marcos legales se convirtió en un reto y en la evidencia de que el gobierno está dando pasos hacia la inclusión de pequeños y medianos productores en el diseño de políticas públicas. Esta postura, puede ser cuestionada desde diferentes ángulos, en primer lugar, porque a pesar de su inclusión en la ley, su implementación a punta a la homogeneización de los procesos de producción, restándole importancia a las particularidades sociales, políticas y económicas de cada contexto y de cada productor (volveremos sobre esta discusión en los capítulos siguientes).

Pese a lo anterior, vale la pena resaltar la incidencia del contexto frente a este tipo de mecanismos de certificación. Para este caso, por el contexto urbano y académico en el que se ubica, la certificación cobra importancia, principalmente por el tipo de consumidor, la información a la que tiene acceso y la disposición a pagar. Sin embargo, fuera este contexto, aspectos como la confianza, el diálogo, el intercambio de experiencias, entre otras, resultan significativas, y pese a que están presentes en las relaciones que se establecen, los mecanismos de control y vigilancia, parecen restarle importancia a estos principios, en la medida que los intercambios están mediados por la certificación. Por otro lado, ser el primer mercado en implementar este tipo de procesos, supone retos y aprendizajes, por lo tanto, las impresiones acá consignadas responde exclusivamente a una análisis preliminar de las implicaciones que tenga la certificación tanto en el espacio del mercado como en las prácticas productivas y de comercialización.

Las diversas posturas que ha generado la implementación de la certificación en este mercado, lo ha colocado a nivel nacional como un proceso pionero, que según los resultados y capacidades que logre potenciar, podrá servir para que otros mercados

implementen proceso similar. En todo caso el reto que han asumido deberá servir de aprendizaje para este tipo de mercados.

Adicionalmente, otro de los procesos que ha consolidado este mercado y que abona a la transformación de los procesos productivos, está orientado a la creación de mercados en otras regiones del estado. Este esfuerzo busca complementar la propuesta de los circuitos cortos de comercialización, la cual muchas veces se reduce al número de intermediarios, pero desconoce las distancias, por lo tanto, los promotores de este mercado reconocen que han logrado mitigar la intermediación -la cual identifican como uno de los principales obstáculos- y reducir las distancias que recorren algunos productos y productores.

- Tianguis del Mayab. Cancún, Quintana Roo

Tabla 16: Ficha Técnica Tianguis del Mayab

Año de surgimiento	2011
Contexto/origen productores	Municipio de Benito Juárez, Quintana Roo
Ubicación mercado	Cancún – Instalaciones Universidad del Caribe
Frecuencia de encuentros	Viernes (recientemente cambio a los miércoles)
Canales de comercialización complementarios	En las comunidades de cada productor
Número de participantes y productos	<ul style="list-style-type: none"> • 10 transformadores (salsas, mermeladas, aguas) • 3 productores (productos de la región) • 1 artesanías • 1 de plantas
Alianzas	<ul style="list-style-type: none"> • Universidad del Caribe • Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas



Fuente: Elaboración propia

Este Tianguis surgió como una iniciativa de la comunidad académica de la Universidad del Caribe, a partir del trabajo de investigadores pertenecientes al Departamento de Desarrollo Humano, Turismo Sustentable y Gastronomía y Hotelería, y más precisamente de un proyecto de investigación titulado “*La cultura alimenticia sustentable en la Universidad del Caribe*”. Como resultado de este proyecto se

identificaron algunas de las problemáticas ambientales y socioeconómicas que viven las comunidades mayas del estado de Quintana Roo.

Previamente, desde 2007, la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP) venía realizando procesos de capacitación y acompañamiento a productores campesinos e indígenas de la región, en la búsqueda de la transición hacia prácticas de producción orgánica, en un principio motivados por la posibilidad de exportar sus productos, particularmente la miel. A partir de este trabajo y ante la posibilidad de integrar a los productores a un proceso de comercialización, con el apoyo de la Universidad del Caribe, se dio lugar a que en 2011 se realizara del primer Tianguis del Mayab dentro de las instalaciones de la Universidad.

Este proyecto supuso varios retos para los productores, principalmente, por la calidad del suelo de la región, que entre otras características posee muy poca profundidad para la siembra, es un suelo con pocos nutrientes y muy rocosos. Por lo tanto, la forma de transformar estas condiciones se basó en la implementación de prácticas agroecológicas que permitieran la regeneración de los suelos, la rotación de los cultivos, el cultivo en hilera o trinchera, entre otras estrategias. Es preciso mencionar que el proceso se caracterizó por incentivar la recuperación de las prácticas y conocimientos tradicionales, y no tanto en la implementación de prácticas ajenas a sus contextos.

La etapa previa a la realización de los encuentros presenciales, estuvo enfocada en la posibilidad de ofrecer productos orgánicos que contaran con algún tipo de certificación. Para esto, la participación de la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos (REDAC) permitió diseñar un proceso de certificación participativa, el cual, como en el caso anterior, se caracterizó por la implementación de los lineamientos y procedimientos establecidos por la ley de productos orgánicos, sin que este fuera el objetivo principal o el único mecanismo para transmitir la confianza a los consumidores. Además, porque antes de integrar este proyecto, algunos productores de esta región, continuaban realizando sus actividades de manera tradicional, sin el uso intensivo de insumos de síntesis química.

A lo largo del tiempo que el tianguis del Mayab ha estado activo, el principal apoyo que han recibido se centra en el acompañamiento de la CONANP y la comunidad academia de la Universidad del Caribe. Para esto, contar con el apoyo de la autoridades de la universidad e incluir el proyecto del tianguis como una actividades de la universidad ha permitido que diferentes licenciaturas se integren con los diferentes procesos. De esta manera, los estudiantes de gastronomía, por ejemplo, realizan platillos con algunos de los alimentos tradicionales de la región, en donde en algunos casos su consumo es desconocido para la mayoría de la población. También de manera paralela otras áreas de la universidad apoyan con asesorías y acompañamientos que permitan mejorar las prácticas de producción, de empaque y presentación de productos.

Durante los primero años contaron con un apoyo para el transporte por parte de la CONANP, con el paso del tiempo los productores se vieron en la necesidad de gestionar su propio transporte, recurriendo generalmente a miembros de la comunidad que cuentan con vehículos, o incluso teniendo que contratar transporte privado tipo taxi para poder asistir. Es decir que el transporte, es uno de los principales obstáculos para los productores, ya que en general no cuentan con vehículos propios, esta problemática la profundizaremos más adelante.

Dentro de la estructura organizativa del Tianguis, no existe una figura determinada que permita definir un organigrama. Existe un coordinador logístico, encargado de gestionar los recursos materiales (mesas, sillas, sonido) para los días de mercado y un coordinar administrativo encargado de reunir los documentos de cada productor -productos, ubicación, cantidades, tipo de producción, visitas- y administrar los aportes de los productores (10 pesos cada día de mercado) los cuales se destinan a la compra de manteles, uniformes y difusión, entre otras cosas.

A pesar de que los productores tienen algún grado de autonomía para la toma de decisiones, es evidente que el liderazgo recae en los y las investigadoras de la universidad que han acompañado este proceso. De hecho, se observa la necesidad de fortalecer mecanismos que repercutan en la construcción de autonomía por parte de los grupos que participan, en la medida que como expresa una de las investigadoras *“en el momento que la universidad decida no apoyar el Tianguis, es muy probable que este no*

logre continuar”. En ese sentido, pese a que el número de productores ha aumentado y se ha diversificado, son pocos los que se comprometen con la construcción de un proceso mucho más amplio y con capacidad de ocupar otros espacios, esto como resultado de las garantías que ofrecer pertenecer a una comunidad académica que los reconoce y los apoya.

Inicialmente el mercado contaba con la participación de las comunidad de Nuevo Durango y Nuevo Yokdzonot, con el tiempo se han integrado productores y transformadores vinculados a procesos de agricultura urbana, productos artesanales, semillas, entre otros, de la ciudad de Cancún o de algunas comunidades cercanas, sin embargo, se observa una desconexión entre diferentes experiencias regionales. Se ha logrado mantener una presencia importante de productores mayas que ofrecen productos tradicionales como papa voladora, macal, chaya, hierba santa, miami, entre otros. Además de diversos productos elaborados artesanalmente para control de plagas, abonos y preparados naturales para nutrir los suelos.

La REDAC jugó un papel determinante en la configuración de este espacio, sin embargo, la distancia geográfica entre este mercado y el centro del país en donde la red se venía fortaleciendo, generó que el acompañamiento no fuera constante, sin embargo, la confianza de tener dicho respaldo -incluso sin que este se manifieste- ha servido para continuar afianzando los procesos y prácticas de producción orgánica que promovía la red.

Pese a que este espacio de comercialización tiene una difusión bastante amplia por parte de los medios locales de Cancún, su capacidad de diversificar el número de consumidores -externos a la universidad- es uno de los principales retos. En al menos tres oportunidades han intentado replicar el mercado en espacios públicos, sin tener éxito. Por lo tanto, el único espacio en el que logra incidir este mercado está delimitado por la comunidad académica una vez a la semana, encontrándose con obstáculos en temporadas de vacaciones o actividades extracurriculares programas dentro de la universidad.

Al ubicarse en un contexto caracterizado por la afluencia masiva de turistas, en ocasiones algunos productores han sido invitados a participar de ferias y eventos que

antes de buscar transformaciones más amplias se agotan en exposiciones folclóricas de la cultura y la gastronomía mayas. Sin embargo, el proceso que ha consolidado, les ha permitido ser críticos frente a este otro tipo de espacios y reconocer en estos eventos una reafirmación al modelo económico que los ha negado dentro de sus territorios.

Además de la comercialización, los grupos de productores que han acompañado desde el principio este proceso reconocen en sus prácticas la posibilidad de reivindicar el saber de la cultura maya, recuperando e intercambiando conocimientos que se creían perdidos, incorporando nuevos conocimientos a sus prácticas productivas, especialmente aquellas que aportan a mejorar los suelos, al controlar las plagas y a la recuperación de semillas, alimentos y recetas que han sido desplazados por la homogeneización de la dieta. Al respecto, vale la pena mencionar que una de las mujeres que integran este espacio ha logrado participar y ganar concursos de gastronomía a nivel nacional e internacional, llevando a diferentes regiones los sabores y saberes que transmite con el platillo conocido en la región como “brazo de reina”.

- Tianguis Agroecológico de José María Morelos. José María Morelos, Quintana Roo.

Tabla 17: Ficha técnica Tianguis Artesanal y Agroecológico de José María Morelos.

Año de surgimiento	2013
Contexto/origen productores	Municipio de José María Morelos, Quintana Roo
Ubicación mercado	Parque central José María Morelos
Frecuencia de encuentros	Un sábado al mes
Canales de comercialización complementarios	En las comunidades de cada productor
Número de participantes y productos	<ul style="list-style-type: none"> • 8 transformadores (platillos típicos, concentrados para aguas, salsas) • 5 productoras (hortalizas y productos de la región)
Alianzas	<ul style="list-style-type: none"> • Fundación Kellogg • Community Agroecology Network • Comunidad de Aprendizaje en Seguridad y Soberanía Alimentaria • Universidad Intercultural Maya de Quintana Roo



Fuente: Elaboración propia

El Tianguis Agroecológico de José María Morelos, es quizá entre las experiencias seleccionadas la más incipiente. Se ubica en la cabecera municipal de José María Morelos, en el interior del estado de Quintana Roo, rodeado de los principales centros turísticos del país: Cancún (300 km), Playa del Carmen (238 km) y Tulum (174 km), y a 200 km de la capital de estado, Chetumal. Es el único municipio del estado que no tiene costa, por lo tanto, mientras en el resto del estado el turismo ha significado una importante fuente de ingreso, en el caso de José María Morelos, se ha presentado una migración recurrente de jóvenes y hombres adultos principalmente hacia estos centros turísticos en busca de ingresos. Este fenómeno ha significado por un lado el abandono de las actividades agrícolas en las unidades de producción alejadas del casco urbano de las comunidades del municipio, pero por otro, ha generado procesos de huertos caseros dinamizados principalmente por mujeres, quienes han integrado este tianguis desde su creación.

En ese contexto, la Universidad Intercultural Maya de Quintana Roo (UIMQROO), desde 2012 se diseñó el proyecto de *“Seguridad y Soberanía Alimentaria”*, en el cual el objetivo principal fue fortalecer los huertos familiares en las comunidades aledañas a José María Morelos para garantizar la producción y el consumo de las familias. Posteriormente, al identificar algunas comunidades en donde el proyecto estaba teniendo éxito, se empezaron a generar excedentes en la producción, lo cual permitió escalar el proceso hacia su comercialización. Es allí en donde la propuesta de generar un espacio de comercialización toma forma dentro de la comunidad de la UIMQROO.

En 2013 se realiza el primer tianguis y a partir de allí se ha realizado una vez al mes. Al igual que las otras experiencias, el espacio ha sido un reto para la consolidación del proceso, inicialmente se instalaban en un espacio alejado del centro de la ciudad, lo que no permitía el flujo de personas. Posteriormente lograron un acuerdo con las autoridades locales para el uso del espacio de la plaza central, sin embargo su uso está limitado a los días en los que no había eventos programados, sin embargo, hay meses en los que todos los sábados del mes están agendados. Esto ha dado lugar a replantear su ubicación y trasladarlo a las instalaciones de la universidad, discusión que estaba siendo planteada durante la realización de la esta investigación. Al mismo

tiempo, por la intermitencia de los encuentros, se han buscado otros canales de comercialización, posesionando algunos productos, principalmente hortalizas, en una tienda local propiedad de exalumnos de la UIMQROO, además del diseño de un programa de canastas semanales para el consumo de los maestros y administrativos de la universidad.

Estas y otro tipo de decisiones se toman de manera colectiva, generalmente al finalizar cada día de mercado, en el que además de llegar a acuerdos para los próximos encuentros y actividades, se decide por votación la continuidad del mercado, se comparten los aspectos positivos y negativos de cada día y se asignan tareas entre los participantes. Sin embargo, son los profesores de la UIMQROO, quienes han coordinado el proceso, pese a que se busca que sean los y las productoras las encargadas de tomar sus propias decisiones, gestionar sus recursos y construir acuerdos en torno al proceso. No existe una estructura definida, ni unas funciones determinadas para los participantes, son los miembros de la comunidad académica quienes se involucran en los procesos de ingresos, en los incipientes procesos de certificación que llevan a cabo, las visitas de acompañamiento y asesoría, entre otras actividades.

Al igual que el caso anterior, el papel de la UIMQROO ha sido determinante para la continuidad de este espacio. En las diferentes etapas, de formas diversas han apoyado con recursos económicos y materiales a la realización de los mercados presenciales. En un principio, la universidad aportaba el transporte para el traslado de los productores, apoyo que fue sustituido por un apoyo para combustible. Al mismo tiempo han apoyado regularmente con equipo para el sonido, carpas y sillas. Los programas educativos han integrado a sus proyectos semestrales algunos temas vinculados con el Tianguis, generando de esta manera que los estudiantes se involucren con este tipo de procesos a través del servicio social, logrando en algunos casos despertar el interés en las actividades agrícolas o bien recuperando algunas expresiones artísticas realizadas por los estudiantes de artes de la universidad.

Otro apoyo que han recibido desde el diseño del proyecto inicial ha estado a cargo de la Fundación Kellogg y la Red Comunitaria de Agroecología (CAN, por sus siglas en

ingles). Recientemente, este apoyo ha dado lugar a la consolidación de una red regional denominada Comunidad de Aprendizaje para la Seguridad y Soberanía Alimentaria (CASSA), la cual está integrada por diferentes organizaciones y experiencias de los estados de Chiapas, Yucatán y Quintana Roo y liderada por el grupo de trabajo en Masificación de la Agroecología del El Colegio de la Frontera Sur – San Cristóbal. Para algunos de los coordinadores de este mercado, la posibilidad de integrar este espacio colectivo ha permitido generar intercambios de saberes entre diferentes organizaciones, compartir experiencias, asesorías y apoyos.

Respecto a los participantes, por las distancias que deben recorrer y la ausencia de transporte, la intermitencia de los participantes ha sido un obstáculo para lograr afianzar un grupo de productores. Por lo tanto, los coordinadores regularmente realizan visitas a las comunidades aledañas invitando a los productores para que participen del tianguis, ofreciendo asesorías y acompañamientos. También en ocasiones han integrado productores de otros municipios, sin embargo, la mayoría de los participantes que vienen de distancias más largas, intentan comercializar productos que han tenido un proceso de producción agroecológico, situación que ha generado algunos conflictos con algunos productores convencionales que buscan un espacio para la comercialización.

En este Tianguis, es preciso mencionar que si bien el proceso de comercialización no se ha logrado consolidar, pese a acumular más de cinco años, la gran virtud de este proceso se ubican en el fortalecimiento de la soberanía alimentaria como elemento clave dentro de las comunidades que participan. Por lo tanto, aunque su incidencia a nivel local y regional no se logre percibir, los objetivos iniciales del proyecto se ven reflejados en la posibilidad de autoabastecer las comunidades y aumentar las unidades de producción, logrando de esta manera mejorar los ingresos familiares y en algunos casos evitar el desplazamiento hacia las zonas turísticas en busca de empleo.

Por el contexto en que se ubica, esta experiencia enfrenta grandes retos, sin embargo, la posibilidad de integrar a los estudiantes a los proyectos vinculados al Tianguis, a partir de los programas académicos de la UIMQROO, ha generado que algunos de los jóvenes retornen a sus comunidades con la intención de transformar los procesos productivos a través de la implementación de prácticas agroecológicas, las cuales,

como ya se mencionó en el caso anterior, se guardan en la memoria de la mayoría de los padres y abuelos de estos jóvenes, estimulando de esta manera el intercambio de saberes. Adicionalmente, el proyecto CASSA al que se integran, también les ha permitido afianzarse como un proyecto colectivo que busca, a partir del intercambio de experiencias, el fortalecimiento organizativo y productivo a nivel regional.

4.4.5 Conclusiones México

El contexto mexicano, pese haber sido escenario de una de las revoluciones más importantes de la historia latinoamericana y en donde la distribución de la tierra jugó un papel central, actualmente se enfrenta a las consecuencias de los procesos de liberalización económica y de la presencia de grandes capitales en varios sectores productivos, incluidos la producción de alimentos. México ha visto como uno de los principales logros de la Revolución, plasmados en el artículo 27 de la Constitución Nacional, ha sido modificado en detrimento de las garantías frente a la propiedad de la tierra para comunidades indígenas y campesinas del país. Situación que se ha agravado a raíz de la firma del tratado de libre comercio con Estados Unidos y Canadá, en donde -al igual que en Colombia- las condiciones en las que fue negociado no favorece a campesinos e indígenas.

Este escenario se vio favorecido por la participación de grandes capitales internacionales dentro de las etapas del proceso productivos incluyendo la distribución de alimentos. A partir de la apertura comercial durante la década de los noventa se consolidaron diferentes fusiones y acuerdos empresariales que incidieron en la expansión de las grandes cadenas comerciales, impactando negativamente los canales tradicionales y las formas en que se negocia el acceso al mercado de productores campesinos e indígenas.

Pese a estas circunstancias, en diferentes regiones del país han surgido experiencias que buscan garantizar mejores condiciones para los productores, estimulando el consumo local y la sustitución de insumos de origen sintético. Dentro de este tipo de experiencias ubicamos los casos presentados, los cuales en diferentes regiones del país han logrado afianzar procesos en los que junto con la participación de varios actores -entre los que se destacan la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos

y la participación de las instituciones académicas- se vienen constituyendo en una opción viable para campesinos e indígenas.

4.5 Convergencias y divergencias

Los casos analizadas son diversos en muchos sentidos: algunas con varios años de experiencia acumulada como Mercados Campesinos, AgroSolidaria-Socotá y el Alternativo de Puebla (más de 10 años) y otros más incipientes como AgroSolidaria-Bogotá y José María Morelos, (cinco años cada una) y otras intermedias, Macuilli Teotzin y el Mayab (siete años). Ubicados en zonas geográficamente distintas, AgroSolidaria-Socotá y José María Morelos se localizan en contextos rurales, alejadas de centros urbanos; el Mayab se ubica en uno de los principales polos turísticos a nivel mundial (Cancún); Mercados Campesinos, AgroSolidaria-Bogotá, Macuilli Teotzin y el Alternativo de Puebla, se localizan en alguna de las principales ciudades de cada país. También se diferencian por ser impulsadas por actores diversos: instituciones académicas, organizaciones civiles, instituciones gubernamentales, agencias internacionales, entre otras. Así como por el número y origen de sus participantes: campesinos que viven en el campo, campesinos que viven en la ciudad, transformadores urbanos y rurales, artesanos, hombres, mujeres, estudiantes, profesionales, jubilados, entre otros. De allí que las motivaciones, preocupaciones, formas de participación y modos de comprender el mundo sean diversas.

Al mismo tiempo ubicamos puntos de convergencia. El principal de ellos tiene que ver con el papel que juega el mercado como espacio de encuentro presencial entre los participantes y la posibilidad de transformar los procesos de producción, comercialización e intermediación y consumo. También coinciden en la importancia de la reivindicación de lo local como espacio para la emergencia de transformaciones más amplias. También como una semejanza, identificamos el reto que plantean los procesos organizativos frente a la posibilidad de transformar las demandas en discursos que les permitan participar y articular alternativas y procesos sociales, políticos y económicos complementarios. Esto en miras a su consolidación en largo plazo y no en temporalidades asociadas a apoyos, gobiernos, liderazgos o coyunturas, o como

espacios de transición para los productores que no logran acceder a otros circuitos de comercialización.

Si bien los procesos socio-históricos en los que se ubican los casos se diferencian por el tipo de luchas, revoluciones y configuración del campesinado, el proceso de homogenización del campo ha dado lugar a que las estrategias de la industria alimentaria se reproduzca casi de manera idéntica en diferentes partes del mundo, sin embargo, los repertorios de acción y reacción se diferencian entre sí. Esta diferenciación, además de visibilizar la heterogeneidad de los procesos organizativos ha permitido establecer diálogos y vínculos entre experiencias diversas, potenciando la transformación de los procesos productivos y organizativos en diferentes regiones y contextos.

Este apartado, antes de buscar la comparación entre las experiencias analizadas plantea un diálogo que permita resaltar los aspectos comunes que han permitido potenciar los procesos, y que sirven de insumos para otras experiencias. También buscamos reconocer en las particularidades de cada contexto, las virtudes que inauguran relaciones, vínculos y transformaciones en diferentes niveles, reconociendo que cada experiencia resuelve las problemáticas y desafíos comunes de formas diversas, pero que también se reafirma sobre posibilidades de cambio propias de cada contexto. Para esto, el diálogo propuesto transcurre sobre los ejes expuestos en cada uno de los casos, además de algunos aspectos emergentes que permitan profundizar este apartado.

Desde este punto de partida cada experiencia ha diseñado estrategias que les permitan atender aspectos puntuales, articularse con actores locales y generar formas de incidencia en diferentes niveles. Es preciso entonces mencionar las diferencias entre los espacios de comercialización que se ubican en contextos urbanos, frente a las que se ubican en zonas rurales. Principalmente, porque esta característica refleja la posibilidad de afianzar procesos que se enraízan en el territorio en el que se desarrollan sus actividades cotidianas, lo que permite atender de manera precisa las necesidades locales.

A modo de ejemplo, pese a que las experiencias tienen posturas similares frente al uso de insumos químicos, la presencia de intermediarios, el acceso a transporte y mercados, entre otras, lo que demuestran los casos de AgroSolidaria-Socotá (Colombia) y José María Morelos (México) es que la posibilidad de estar en el territorio estimula procesos complementarios, como lo son la resistencia al extractivismo (minero y turístico), la ayuda mutua y solidaria en diferentes actividades productivas y de comercialización (mano prestada, convite, terrenos colectivos), el cuidado de las semillas, los intercambios no monetarios, por solo nombrar algunos. Además, el vínculo con el territorio ha permitido afianzar procesos en torno a la resolución colectiva de problemáticas comunes, como por ejemplo el transporte, las tareas de producción, la intermediación, entre otras. Sin embargo, en muchas ocasiones estos vínculos no logran apreciarse en el espacio de comercialización.

Respecto a las formas organizativas, las experiencias analizadas se han constituido de maneras diversas a partir de asociaciones civiles (Alternativo de Puebla y Macuilly Teotzin), como parte de proyectos institucionales – académicos (José María Morelos, Mayab), desde organizaciones de base campesina (Mercados Campesinos) o integrantes de procesos organizativos más amplios (Seccionales AgroSolidaria). Pese a esta diversidad, los acuerdos y funciones internas se desarrollan de manera similar, generalmente a partir de la conformación de comités o grupos de trabajo integrados por los participantes de cada mercado.

Frente a la toma de decisiones, es preciso mencionar que si bien se promueven espacios de discusión y decisión colectiva, muchas de estas recaen en el rol de quienes fungen como promotores o líderes, generalmente personas ajenas a los procesos productivos. En las experiencias ubicada en México esta figura está representada por académicos o consumidores con algún grado de formación académica, mientras que en Colombia son líderes sociales-campesinos con formación política, quienes asumen este rol. Esta diferencia, que será analizada en los capítulos siguientes, se refleja en el tipo de reivindicaciones y estrategias diseñada para la transformación de los procesos productivos.

Por otro lado, a pesar de las formas organizativas, las experiencias analizadas muestran etapas similares a lo largo de sus trayectorias. Salvo algunos espacios facilitados por instituciones académicas, el acceso a espacios públicos en donde este tipo de experiencias podrían tener la posibilidad de generar mayores grados de visibilidad, ha sido bastante restringido, llegando incluso -como en el caso de Mercados Campesinos-, a derogar los acuerdos sobre la utilización de parques y plazas públicas. Esta realidad, permite reconocer por un lado la ausencia de programas de apoyo a los espacios de comercialización de este tipo, y por otro la necesidad de potenciar los procesos de incidencia política que permitan plantear demandas que garanticen condiciones mínimas que favorezcan los procesos organizativos integrados por pequeños y medianos productores.

Otro elemento que incide en la configuración de las etapas de cada experiencia, ha sido el acceso y el tipo de apoyos, recursos y alianzas que faciliten la consolidación de los procesos organizativos, productivos o de comercialización. Como refleja nuevamente el caso de Mercados Campesinos, en donde la derogación de los acuerdos, dio lugar a una etapa en la que los productores debieron replantear sus estrategias de participación en la ciudad.

En consonancia con lo anterior, a pesar de que los apoyos han sido limitados y en ocasiones sujetos a condiciones, en algunos casos han sido determinantes para superar algunos obstáculos. Nuevamente resalta el papel de las instituciones académicas, quienes además de la cesión de espacios para realizar los encuentros, han integrado a estos procesos diferentes proyectos institucionales que permiten gestionar acompañamientos y capacitaciones de parte de los y las estudiantes, pero adicionalmente, una de sus principales ventajas ha sido la de poder garantizar un grupo de consumidores (miembros de la comunidad académica), que permitan dar continuidad a los mercados. Esta situación es evidente en las experiencias mexicanas, a excepción del Alternativo de Puebla. Por un lado, la presencia de instituciones académicas aporta elementos para la consolidación de los procesos, pero también ha generado grados de dependencia que ante alguna coyuntura podría dar lugar a la desintegración del proceso (volveremos sobre esta situación más adelante).

El tipo de participantes es otro aspecto que llama la atención, ya que para las experiencias ubicada en México (a excepción del Alternativo de Puebla), se aprecia una participación numerosa de transformadores de materias primas, frente a los campesinos, siendo estos últimos a quienes se busca favorecer. Uno de los motivos de este fenómeno responde, en algunos casos, a los estándares para el ingreso de productos agrícolas, muchas veces sujetos a visitas, verificaciones y recomendaciones, diseñadas por los promotores de algunos mercados, reproduciendo en ocasiones los mismos mecanismos de exclusión que impone el modelo agroalimentario. Con la particularidad de que para la mayoría de los productos transformados no se establecen estándares tan estrictos.

En cuanto a la visibilidad de estos mercados, el uso de redes sociales y plataformas virtuales ha sido uno de los principales medios para atraer nuevos consumidores y productores. Todos los mercados analizados, comparten información a través de Facebook, relacionada principalmente con los días de encuentro, la variedad de los productos ofertados, horarios, eventos especiales, recetas, información sobre los productos, beneficios de consumir productos orgánicos, campesinos o agroecológicos, entre otro tipo de información que circula por estos canales. A raíz del reconocimiento local que han venido consolidando, todos los mercados analizados han participado en notas periodísticas, programas radiales y televisivos, y han sido parte de investigación de artículos científicos y de divulgación.

Es importante mencionar que las propuestas, estrategias y alternativas planteadas por estos mercados no se agotan en el espacio de venta, sino que se construye en lo cotidiano y la dinámica de la vida social, económica, política y cultural de cada territorio. En ese sentido como veremos en los capítulos siguientes, el mercado es una plataforma mediante la cual los participantes transforman sus prácticas productivas, sus herramientas de negociación, la forma en que transmiten y reivindican sus prácticas, en la que transmiten demandas ponen en juego elementos que permiten su análisis desde el papel del campesinado, las alternativas al modelo agroalimentario, la evidencia de que otras formas de hacer y pensar las relaciones sociales no solo es posible, sino que se está dando y viene acompañada de un proceso de transición hacia propuestas

teóricas, prácticas y organizativas como la agroecología, la soberanía alimentaria y la reivindicación de lo local, del territorio y de la posibilidad articular esfuerzos.

Finalmente, como veremos en los capítulos que siguientes, las reflexiones que plantean estos procesos están sujetas a procesos que emergen y se materializan en el contexto local, en las decisiones de consumo de sus participantes, en la división del trabajo familiar, en la recuperación de alimentos tradicionales, la conservación semillas, fuentes de agua y bosques, en los vínculos entre campesinos que alientan las posibilidades transformación y en la recurrente experimentación con la tierra. En ese sentido, este capítulo presentó el panorama a nivel mundial, regional y nacional de cada país, sin embargo, estas son fotografías que si bien reflejan tendencias, también ocultan realidades en la medida que no se reconoce la relevancia social, política y económica del campesinado dentro de los contextos locales, regionales y nacionales, lo cual se evidencia en la ausencia de políticas públicas, garantías, apoyos y reconocimiento constitucional. Mientras que las demandas del campesinado y su reconocimiento no sean tenidas en cuenta, las versiones oficiales seguirán dando parte de un panorama desolador para el campo y de su necesaria metamorfosis. Para ello, la investigación social que emerge de los centros académicos tiene la responsabilidad de reflejar realidades paralelas que abonen a la transformación y visibilización de quienes regularmente pierden su voz mientras reivindican sus derechos lejos de las estructuras de poder que los definen, categorizan y les plantean soluciones aisladas y descontextualizadas.

Capítulo 5

Roles, problemáticas y estrategias

5.1 Introducción

Las experiencias analizadas en esta investigación son reflejo de realidades distintas que campesinos y campesinas enfrentan en diferentes regiones de México y Colombia. Pese a la heterogeneidad que caracteriza al campesinado y a los distintos actores que motorizan estos procesos, existen aspectos comunes en torno a sus objetivos, a las problemáticas que identifican y las estrategias que diseñan.

El objetivo de este capítulo, es analizar las particularidades y semejanzas de las experiencias analizadas en torno a el tipo de actores que participan, sus funciones y la forma en que inciden en la consolidación -o no- de aspectos organizativos y productivos y su relación con la transformación de los procesos productivos y la reivindicación del campesinado. Al mismo tiempo, en el capítulo se analizan las problemáticas y estrategias que definen los participantes en función de los contextos, recursos, y vínculos que crean en torno a los procesos organizativos y productivos, y la forma en que interpelan estructuras de poder y dominación.

En primer lugar, analizamos los roles presentes en este tipo de estrategias, los cuales fueron identificados durante la etapa del diseño metodológico y sobre los cuales se diseñaron las herramientas de recolección de la información -productores, transformadores, intermediarios, consumidores, promotores, organizaciones de apoyo. Introducimos la noción de “rol” con la intención de recuperar la capacidad de agencia de los actores a partir de la posición que ocupan dentro de cada experiencias y el tipo de funciones que desempeñan y porque además *“Es el rol lo que va a hacer que una función, con sus mismas obligaciones y metas, sea desempeñada de forma diferente por distintas personas”* (Podcamisky, 2006:181), reafirmando de esta manera la posibilidad de diseñar estrategias diferenciales frente a problemáticas similares (Long, 2007).

Posteriormente, abordamos las problemáticas mencionadas por los actores y algunas que emergieron a partir del análisis de la información. Este análisis resulta esencial para comprender el tipo de estrategias que diseñan los participantes de estas experiencias, en la medida que la mayoría de las estrategias emergen en situaciones límite, que se manifiestan a través de relaciones de poder que excluyen, niegan, obstaculizan e invisibilizan al campesinado y sus prácticas organizativas y productivas. En ese sentido, las problemáticas pueden ser interpretadas como escenarios de interfaz que *“proporcionan los medios para que individuos o grupos lleguen a definir sus posiciones culturales o ideológicas frente a los que defienden o simbolizan puntos de vista contrarios”* (Long, 2007:144) y por lo tanto constituyen una antesala de transformaciones y reivindicaciones en diferentes niveles.

En tercer lugar, presentamos las estrategias diseñadas por los participantes, a partir de las cuales es posible comprender la forma en que tratan de resolver sus problemáticas, como resultado de los forcejeos y negociaciones que se dan al interior del grupo y con actores externos.

Finalmente, este capítulo integra elementos que dan sentido a la emergencia de estas experiencias y refleja su capacidad de actuar en función de los contextos, actores, problemáticas y recursos que dinamizan. También permite reconocer que estos procesos están atravesados por virtudes, potencialidades, conflictos y contradicciones que en conjunto son los que van marcando el camino, abriendo trochas, senderos, posibilidades de [re]acción.

5.2 Entre semejanzas y particularidades: el rol de los actores

Uno de los elementos de análisis para esta investigación se basó en el tipo de participantes y la forma en que inciden en la configuración de los procesos organizativos a partir de las reglas, acuerdos, vínculos y toma de decisiones que integran a los espacios en los que participan. De manera similar, analizamos su incidencia en las prácticas de producción, comercialización, intermediación y consumo.

A partir del diseño metodológico, se identificaron seis roles en las experiencias analizadas: productores, transformadores, intermediarios, consumidores, promotores y organizaciones de apoyo y actores externos, los cuales asumen características distintas

en cada experiencia a partir de las trayectorias, vínculos con alguna etapa del proceso productivo y de las percepciones frente al campesinado.

A raíz de las formas de participación de cada actor dentro de la estructura organizativa, es posible reconocer aspectos de poder, autoridad y legitimación que inciden en el tipo de problemáticas que identifican y las formas en que se resuelven, así como también permite visibilizar algunas de las particularidades de los contextos locales en los que se ubican.

5.2.1 Productores: Campesinos y agricultores urbanos

A partir de los roles identificados observamos que en todas las experiencia analizadas está presente la categoría “productor” para referirse a quienes abastecen estas experiencias, principalmente de hortalizas, frutas, café, miel, huevos, tortillas y queso. Es común que esta categoría integre diferentes tipos de productores caracterizados por la forma en que se reconocen (campesinos, indígenas, agricultores urbanos y periurbanos), por el tipo de funciones que desarrollan (productor-transformador, productor-intermediario) o por las características del tipo de producción que practican (productor orgánico, productor agroecológico, productor local). Pese a esto, sobresale la presencia de campesinos y agricultores urbanos en las diferentes experiencias analizadas.

Los campesinos que participan dentro de estas experiencias se caracterizan por trabajar y vivir en contextos rurales, sin embargo, también es recurrente la presencia de campesinos desplazados quienes se han integrado a partir de su participación en procesos de agricultura urbana. De acuerdo a las entrevistas realizadas, los productores de origen campesino poseen unidades de producción en donde el área dedicada a la producción de alimentos no supera las cinco hectáreas (muchas veces siendo esta la capacidad de la unidad productiva), al mismo tiempo, respecto a las actividades de producción, transformación y comercialización se caracterizan por integrar mano de obra familiar.

Su presencia dentro de estos procesos ha estado enmarcada por la búsqueda de alternativas que les permitan participar en mercados favorables, y de esta manera distanciarse de formas de intermediación convencionales. También, es común que la

mayoría de los productores se identifiquen con formas de producción orgánicas o agroecológicas, y que establezcan diferencias entre la producción convencional y la que ellos practican vinculadas con la salud humana y los efectos en la tierra, el agua y el aire.

“Nosotros sencillamente somos originales, en qué sentido, en ser orgánicos y darle a la gente a conocer que coma orgánico, y que coma limpio, que nosotros no le ponemos ninguno de esos venenos que venden porque al final eso trae muchas consecuencias para la salud y para la tierra” (Productor, Mercados Campesino, Colombia, junio 2016).

Para los productores, participar en este tipo de experiencia representa una oportunidad para obtener mayores ingresos o al menos de alejarse de los circuitos de intermediación convencionales en los que las formas de negociación resultan desfavorables. En ese sentido, este tipo de experiencias se consolidan como una alternativa que brinda cierta seguridad durante la etapa de comercialización.

“Sin este tipo de mercados, ellos [los campesinos] estarían totalmente marginados y acorralado a no poder vender sus productos más que a los intermediarios. En plazas de mercado ni siquiera es viable porque la mafias que se mueven son terribles, entonces estos mercados se convierten en su mejor opción” (Actor externos - académica, Bogotá, junio 2016).

Sin embargo, como veremos más adelante, pese a que para muchos productores participar en estos mercados representa una opción, la mayoría de los participantes continúan circulando una cantidad considerable de sus productos por los canales convencionales, principalmente a través de los intermediarios. Entonces, si estas experiencias no logran resolver el tema de la comercialización, ¿por qué continúan participando? La respuesta está en otro tipo de vínculos y significados que le atribuyen los productores a su participación, entre ellos, la posibilidad de dialogar, intercambiar inquietudes, experiencias y saberes con otros productores, así como obtener información que les permita acceder a otros espacios de comercialización. También, porque a su participación le han integrado demandas y reivindicaciones en torno al campesinado, y porque su participación permite reforzar la identidad campesina a partir de los encuentros y diálogos cotidianos que tienen lugar en el mercado. Al mismo

tiempo, han integrado aspectos vinculados con el cuidado de la naturaleza y de la salud, con la recuperación de valores como la confianza, el respeto, la justicia y la solidaridad en las relaciones sociales. Además de la preservación de la memoria productiva de los antepasados a partir del rescate de prácticas, saberes, recetas y usos tradicionales de los alimentos.

Es decir, las funciones e importancia de los productores no se agotan en la posibilidad de abastecer un espacio de comercialización, sino que a partir de allí, logran poner en juego otras funciones y formas de participación a través de las cuales le otorgan sentidos diversos, tanto a los procesos organizativos, como a las prácticas productivas. De esta manera, es posible identificar como un elemento común -que se manifiesta de formas diversas- la forma en que productores expresan demandas y reivindicaciones colectivas ante diferentes actores.

De manera particular, en los casos ubicados en Colombia, los procesos han permitido que cada vez sean más los productores que integren los procesos organizativos, por un lado como una estrategia de fortalecimiento organizativo, pero también gracias a que la mayoría de los participantes han logrado incluir demandas y reivindicaciones campesinas en los diferentes procesos en los que participan.

“El tema económico es importante pero no es la esencia, la esencia es el compromiso con nuestros hermanos y hermanas campesinas, el compromiso que adquirimos frente a los demás y como organización mantenernos firmes en la importancia de defender nuestros derechos, nuestra identidad. Digamos que la metodología cambia, los estatutos se modifican de acuerdo a la realidad, de acuerdo al tiempo, pero nuestros criterios son definidos y claros y en eso nos hemos mantenido” (Productor - promotor, Mercados Campesino, Colombia, junio de 2016)

Mientras tanto, quienes integran las experiencias que se ubican en el contexto mexicano, no participan de manera activa en organizaciones campesinas de base, sin embargo, comparten algunas de las demandas y reivindicaciones de otros procesos y/o movimientos complementarios a nivel regional, en el caso de las experiencias ubicada en el estado de Quintana Roo, algunos de sus participantes pertenecen a los comités locales que promueven las ferias de semillas criollas entre comunidades -muy

diferentes a las ferias promovidas por instituciones de gobierno-, también se han movilizado en contra la siembra de cultivos transgénicos y el uso de agrotóxicos en la región, que han afectado principalmente a los apicultores por la muerte masiva de abejas. En el centro del país, las experiencias analizadas expresan su apoyo frente a los movimientos más amplios por la defensa de los territorios, de grupos organizados como *“sin maíz no hay país”*, *“el campo no aguanta más”*, entre otras expresiones.

El hecho de que en México no hayamos identificado organizaciones campesinas dentro de estas experiencias, puede ser interpretado como la ausencia de mecanismos que logren articular los esfuerzos que se vienen consolidando a nivel local, por lo tanto el tipo de demandas que plantean se ubican en el plano local, en peticiones concretas que logran ser resueltas a través de apoyos y alianzas estratégicas, y por lo tanto inhiben el potencial político y reivindicativo de estos procesos. Esto no significa que no existan expresiones críticas frente al modelo agroalimentario, pero sí que la mayoría de las ocasiones no logran escalar los contextos locales y por lo tanto no logran disputar otro tipo de escenarios por fuera del mercado.

Como veremos en el apartado referente a las problemáticas, así como estos espacios se han convertido en una alternativa para los campesinos, la relevancia que ha adquirido el tipo de prácticas productivas, en particular la producción orgánica, en algunas de estas experiencias, ha dejado en segundo plano el origen de los productores siendo uno de los requisitos -y en ocasiones el único- para el ingreso demostrar la ausencia agroquímicos dentro de los procesos productivos. Esta situación, ha dado lugar a que algunos productores no puedan participar de estas experiencias, restringiendo así el número de participantes.

“Había un grupo de productores que nos dijeron que querían entrar, les dijimos que sí, pero que había un camino que tenían que seguir, unos lineamientos, entonces desde ahí aplicamos filtro, vamos viendo quienes sean afines a los principios del mercado y hasta donde su calidad orgánica es garantía para su participación” (Actor externo-académico, Macuilli Teotzin, San Luis Potosí, México, julio 2017)

Finalmente, pese a este escenario, los productores de estos mercados reflejan la posibilidad de ir transformando ese tipo de prácticas, en la medida que solo la

posibilidad de ir integrando un número cada vez mayor de campesinos, podrá significar transformaciones más amplias frente a los sistemas alimentarios locales y regionales. De lo contrario estaremos ante la consolidación de refugios para minorías de productores y consumidores que reúnen determinadas características (esta situación se analiza en el siguiente capítulo).

5.2.2 Transformadores

Como mencionamos en el apartado anterior, es común que algunos productores implementen procesos de transformación de materias primas, sin embargo dentro de estos espacios de comercialización identificamos una amplia participación de transformadores de productos diversos, generalmente de origen urbano. Se trata en su mayoría panaderos, reposteros, cocineros y jóvenes recién egresados de diferentes licenciaturas que comienzan pequeños emprendimientos productivos en busca de ingresos adicionales. Los productos que ofrecen son principalmente, salsas, mermeladas, conservas, panes, postres, productos para la salud, productos de aseo personal y cuidado del hogar, además de alimentos preparados que se sirven al instante.

En algunos casos, este tipo de transformadores han servido para atraer nuevos consumidores como en el Alternativo de Puebla, mientras que en los otros, este tipo de productos acaparan la mayor parte de la oferta, como en el Macuilli Teotzin y el Mayab. Con el agravante de que la mayoría de los insumos que utilizan muchas veces vienen del mercado convencional.

Como veremos más adelante en este capítulo, esta situación ha dado lugar a conflictos internos, principalmente por las condiciones impuestas para el ingreso. Mientras que para los transformadores el principal requisito suele ser que el producto no haga parte de la oferta del mercado, para los productores campesinos, se imponen otro tipo de restricciones asociadas con el tipo de prácticas productivas, dando lugar a que en varias ocasiones se niegue su participación, evitando de esta manera incentivar procesos de transición y la posibilidad de ampliar la oferta. También es necesario mencionar que en algunas ocasiones se han detectado productores que revenden

productos convencionales dentro de este tipo de mercados, lo que ha dado lugar a sanciones y expulsiones de algunos productores.

En el caso de los transformadores de origen campesino, generalmente se trata de productores que han integrado este tipo de prácticas con el objetivo de aprovechar al máximo los alimentos de temporada. Con esto, han logrado reducir la cantidad de la merma de algunos productos, especialmente frutales. Por lo tanto, su oferta es intermitente, principalmente de mermeladas, salsas y conservas. También, en algunos casos, como el Tianguis del Mayab y el Alternativo de Puebla, los alimentos preparados son elaborados por las mismas productoras, -generalmente son las mujeres las que se encargan de este tipo de actividades-, que no solamente utilizan sus propios insumos, sino que han venido rescatando alimentos y recetas tradicionales.

El hecho de que algunos de estos espacios estén integrados por un número considerable de transformadores, con trayectorias en otro tipo de actividades y formación académica, ha dado lugar a que la participación dentro de los procesos organizativos quede relegada a este tipo de participantes. Sin embargo, la mayoría de estos espacios diseñan mecanismos para incentivar la participación de todos los productores y transformadores en las actividades organizativas.

5.2.3 Intermediarios

En términos generales, el papel del intermediario se ha caracterizado por una larga lista de abusos y desigualdades que perjudican tanto a productores como a consumidores. De allí que los casos analizados coinciden en la importancia de afianzar circuitos de comercialización caracterizados por la relación directa entre productores y consumidores, buscando romper con las implicaciones negativas del intermediarismo presente en circuitos convencionales. Como ampliaremos en el siguiente capítulo, existen escenarios en los que la presencia de este rol permite resolver algunas de las problemáticas más recurrente de los productores como las distancias, el acceso a transporte, la edad, entre otras, de allí que emerjan posturas diversas en torno al rol del intermediario que giran en torno a su negación, su transformación y su estigmatización (Roldán y Gracia, en prensa).

Pese esta situación, dentro de la experiencias analizadas, identificamos personas que desempeñan estas funciones, sin que sean reconocidos como intermediarios. En la mayoría de los casos se trata de productores que ofrecen los productos de quienes no logran asistir a los encuentros presenciales, por lo tanto, es una función que circula entre los participantes de acuerdo a las necesidades de los compañeros. Por otro lado, identificamos intermediarios que han dejado la producción, para dedicarse a acopiar los productos que no logran vender los compañeros, los cuales logran circular en otros espacios de comercialización. Una característica fundamental de quienes asumen estas funciones es el acceso a vehículos propios, lo cual es poco usual entre los participantes de estas experiencias.

Quienes fungen como intermediarios, ya sea de manera temporal o como actividad principal, adquieren funciones que van más allá de acopiar los productos y comercializarlos por los diferentes canales en los que participan. También se han consolidado como agentes de compras colectivas de bienes de consumo (aceite, arroz, sal, azúcar, productos de aseo, alimentos para los animales, entre otras cosas) que compran en los diferentes centros urbanos en los que participan. Adicionalmente, llevan y traen mensajes, correspondencia y encargos. Es decir, se trata de personas que cumplen funciones diversas a partir de las cuales se logran reformar las relaciones entre productores, principiante a partir del valor de la palabra, la confianza y el respeto.

Dentro de los casos analizados, AgroSolidaria es la única experiencia que reconoce explícitamente la necesidad de integrar a los intermediarios como una actividad complementaria a la producción, la comercialización y el consumo. Por otro lado, Mercados Campesinos estableció como una de sus prioridades eliminar la intermediación, sin embargo, además de los mercados presenciales fortaleció canales de comercialización mayoristas, los cuales eran operados por personas que hacían parte de los procesos organizativos, es decir, que pese a negar su participación, de alguna manera se reconocía su importancia.

En el contexto mexicano a raíz de las desigualdades e injusticias que encarnan los intermediarios, se ha generalizado la necesidad de eliminarlos como una medida que busca favorecer a los productores. De allí que para poder participar en estas

experiencias, a excepción del Alternativo de Puebla, los productores, además de demostrar que no utilizan insumos tóxicos, deben vender de manera directa todos sus productos. Como veremos más adelante, esta restricción ha sido un obstáculo para ampliar la oferta y favorecer a más productores, que por razones diversas no logran participar de manera presencial. Para muchos participantes, la intermediación es necesaria, pero requiere ser transformada (capítulo 6).

Finalmente, reconocemos en este rol una potencialidad que no ha sido muy explorada, principalmente por la forma en que se ha configurado y en donde sus virtudes han sido desplazadas por intereses económicos, representadas en intermediarios que sacan provecho de su posición dominante frente a los productores que no tienen mayores opciones. Además, ante la imposibilidad de circular el total de la producción por este tipo de mercados, la mayoría de los productores participantes se han visto obligados a mantener los vínculos con los intermediarios, de allí la necesidad de reconocer su importancia y de visibilizar o diseñar estrategias que evidencien que esta función puede ser realizada bajo otros principios, acuerdos y motivaciones.

5.2.4 Consumidores

Al ubicarse en contextos heterogéneos las experiencias analizadas dan cuenta de una diversidad de consumidores y de formas de participación que permiten analizar el consumo desde perspectivas diversas. El papel de los consumidores dentro de estas experiencias en ocasiones ha sido relegado a su capacidad de compra y su disposición a pagar, dando lugar a que estos espacios se asocien a consumos elitistas, situación que algunos mercados han aprovechado para atraer consumidores de ingresos altos, o bien para ubicarse en determinados nichos de consumo.

La experiencia más ilustrativa frente a la diversidad de consumidores es la de Mercados Campesinos que, ante la posibilidad de instalar mercados en diferentes zonas de Bogotá, promovió el consumo de productos de origen campesino entre diferentes sectores de la población.

“Aquí hubo mercados de estrato¹⁸ 1 al 6 entonces para todos fue aprendizaje, se hacían en sectores altos como el parque Alcalá, hasta en Ciudad Bolívar, entonces cada quien tenía su proceso, y durante más de diez años se logró

mantener ese proceso, eso permitió que mucha gente pudiera acceder a los productos campesinos, y que los campesinos pudieran tener un número grande clientes en diferentes parte de la ciudad” (Promotor, Mercados Campesinos, Colombia, junio 2016).

De igual forma, AgroSolidaria-Bogotá a través de las entregas a domicilio, ha logrado acercarse a consumidores diversos.

“Tenemos diferentes consumidores en la ciudad, pero la mayoría son mujeres, amas de casa. La mayoría nos compran por el tema de las dietas y esas cosas, pero también hay otros que se han acercado porque están enfermas o tienen a alguien enfermo en la familia y nos compran. La mayoría son profesionales, con empleos y buenos ingresos. También tenemos consumidores que están convencidos que hay que apostarle a lo agroecológico, a lo solidario, son los más constantes, nos compran así les cueste un poquito más” (Promotor, AgroSolidaria-Bogotá, Colombia, junio 2016)

Por el contrario, a excepción del mercado Alternativo de Puebla, los consumidores en las experiencias mexicanas se han concentrado en las comunidades académicas que los apoyan, en el caso del Mayab y Macuilli Teetzin porque funcionan en las instalaciones de la institución académica que los apoya, aunque lo mismo ocurre en el caso de Agroecológico de José María Morelos aunque se ubique fuera de la instalaciones de la universidad.

“La gente no se acerca tanto, la mayoría de los que se acercan son maestros y otro tipo de profesionistas, pero a mí me interesaría que se acerque más la gente de acá” (Promotora – académica, Tianguis Agroecológico de José María Morelos, México, julio 2017).

Por otro lado, la forma en que se integran los consumidores ha sido limitada y restringida a expresiones de apoyo y algunos esfuerzos por integrar los procesos de certificación participativa. En general, se observa que para la mayoría de los consumidores no se trata de un espacio de intercambio comercial exclusivamente, es recurrente ver a los consumidores dialogando con los productores, preguntando recetas, usos, propiedad de los alimentos entre otros temas. También es común encontrar consumidores que asisten por primera vez, lo que les da la oportunidad de

conocer la importancia de estos espacios, de reconocer realidades que parecen ajenas y en algunos casos tomar conciencia de la importancia de estas experiencias.

5.2.5 Promotores

El papel que juegan los promotores ha sido determinante para tomar decisiones en torno a la generación de acuerdos y reglamentos internos, gestionar espacios, equipos y mobiliario, organizar actividades complementarias los días de mercado (charlas, talleres), coordinar reuniones, asambleas y toma de decisiones, recibir solicitudes de ingreso, establecer vínculos con actores externos, llevar registros de los participantes, generar espacios de diálogo e incidencia política (no en todos las experiencias se han fortalecido estos procesos), entre otras actividades.

El análisis de este rol resulta complejo, en la medida que sus funciones no se ubican de manera clara en alguna de las etapas del proceso productivo, como veremos, puede ser dinamizado por diferentes tipos de actores involucrados, en diferentes momentos y etapas de cada experiencia. Quizá el objetivo principal de quienes fungen como promotores sea generar escenarios en donde este rol se mezcle dentro de los participantes, sea asumido de manera colectiva o rotativa. En los casos analizados identificamos diferencias importantes que inciden en la configuración de cada experiencia.

En el contexto colombiano, quienes han asumido estas funciones -organizativas y logísticas-, realizan alguna actividad adicional ya sea como productores, transformadores o incluso intermediarios. Pero adicionalmente, se trata de personas que han estado vinculadas al campo, que han participado de procesos organizativos en diferentes regiones del país y en algunos casos, que han sido víctimas de desplazamientos forzados y han encontrado en este proceso y en las organizaciones en las que participan un espacio para continuar resistiendo y transformando las realidades que enfrenta el campesinado en Colombia.

“Yo antes de estar en el proceso de mercados campesinos era agricultor y a la vez era gerente de una cooperativa de medianos y pequeños agricultores en Cabrera-Cundinamarca, pero también fui concejal del municipio, presidente de la junta comunal, presidente del sindicato de medianos y pequeños productores

de Cabrera. De allá tuve que salir desplazado por diferentes motivos que ponían en peligro mi vida y la de mi familia” (Productor - promotor, Mercados Campesinos, Colombia, junio de 2016).

Por otro lado, en el contexto mexicano estas funciones son asumidas por profesores, alumnos o exalumnos de instituciones académicas, lo que ha generado cierto grado de dependencia y subordinación por parte de los participantes, en la medida que se reconoce a estos actores como los “poseedores” del conocimiento, situación que se manifiesta de formas e intensidades diversas, pero que está presente en las experiencias mexicanas. Esta situación limita la toma de decisiones en la medida que recaen en pocos participantes; fragmenta las problemáticas, ya que en ocasiones estas no son definidas por los productores, y por lo tanto determina las estrategias que se implementan, es decir, restringe de alguna manera la posibilidad de afianzar liderazgos entre los participantes y generar procesos que apunten a la recuperación de la autonomía frente a los procesos organizativos y productivos.

En ese sentido, la participación de las instituciones académicas y el compromiso que van adquiriendo profesores, alumnos y exalumnos, también puede ser interpretado como la expresión de la capacidad de estas experiencias para ir integrando escenarios que permitan visibilizar sus procesos, demandas y reivindicaciones.

5.2.6 Organizaciones de apoyo y actores externos

Dentro de las experiencias analizadas, la posibilidad de recibir apoyos ha sido determinante para que permanezcan activas a lo largo del tiempo. En ese sentido, el papel que juegan las organizaciones de apoyo y los actores externos ha permitido resolver problemáticas puntuales (permisos, transporte, infraestructura), sin embargo, uno de los principales inconvenientes ha sido la temporalidad con la que se otorgan los apoyos y el tipo de proyectos que incentivan. Gran parte de los apoyos provienen de instituciones académicas, organizaciones no gubernamentales e instancias de gobierno a través de diversos proyectos de apoyo y promoción para emprendimientos productivos, algunas veces representado en recursos económicos, pero generalmente sujetos a determinadas actividades productivas o de transformación, así como equipos o capacitaciones.

Entre los casos seleccionados sobresale la participación de las instituciones académicas en diferentes instancias de apoyo. Esta presencia es más evidente en los casos mexicanos en donde, a excepción del Alternativo de Puebla, estas experiencias se han vinculado como parte de algún programa académico o como un proyecto institucional. Esta característica ha permitido que el Tianguis del Mayab (Universidad del Caribe), el Agroecológico de José María Morelos (Universidad Intercultural Maya de Quintana Roo) y el Macuilli Teotzin (Universidad Autónoma de San Luis Potosí), logren tener un apoyo constante, representado en cuestiones logísticas y organizativas, el préstamo o gestión de los espacios y esporádicamente talleres y capacitaciones.

Por otro lado, ubicamos al proceso de Mercados Campesinos, en donde recibieron por casi diez años recursos económicos y apoyo logístico por parte de la Secretaría de Desarrollo Económico de Bogotá, además del apoyo de otras instituciones públicas y privadas para la realización de los mercados presenciales (logística, transporte, permisos).

También identificamos apoyos que surgen a partir de la posibilidad de gestionar recursos a través de convocatorias de gobierno, agencias internacionales y programas de apoyo de organizaciones no gubernamentales. Estos apoyos se destinan a temas como capacitaciones y talleres, transporte (combustible) y maquinaria para procesos productivos, principalmente.

Finalmente, existen espacios de articulación entre las redes a las que se integran estas experiencias, con procesos similares y/o complementarios, entre quienes se brindan apoyo, principalmente a partir del intercambio de experiencias. Si bien, estos procesos aún son muy incipientes, contienen la posibilidad de abonar a la consolidación de espacios locales y formas de apoyo solidario entre sus participantes.

5.2.7 Las personas piensan donde los pies pisan

Cada uno de los roles que identificamos se integra a estas experiencias a partir de expectativas, motivaciones y trayectorias diferentes. En este apartado presentamos algunas de las características comunes que identificamos dentro de los roles descritos. Sin embargo, su importancia radica en la posibilidad de reconocer que las formas de participación requieren obligatoriamente de otro con el cual interactuar, reconocer

problemáticas comunes que requiere estrategias para su transformación. Por lo tanto, “participar es una acción dialéctica e histórica” (Pérez, 2013:13) que pone en juego en la construcción colectiva de proceso que se expresa en la posibilidad de transformar las realidades que los atraviesan y permitiendo la consolidación de actores sociales que pugnen políticamente por otras realidades, en donde sean reconocidos y visibilizados, y por ende, desde donde puedan transmitir sus demandas.

Los roles que identificamos se ubican en contextos heterogéneos y por lo tanto no es posible realizar generalizaciones, ni predecir conductas o posturas frente a determinados fenómenos. En ese sentido, la participación dentro de estos espacios, como veremos, puede dar lugar a estrategias que permitan enfrentar problemáticas a partir del diseño de estrategias fundadas en la diversidad de los participantes, o bien reafirmar escenarios más próximo al disciplinamiento que a la emancipación (Pérez y Oraison, 2013)

Tabla 18: Síntesis roles

	Mercados Campesino	AgroSolidaria		Alternativo de Puebla	José María Morelos	Mayab	Macuilli Teotzin
		Bogotá	Socotá				
Productores	<ul style="list-style-type: none"> • Campesinos • Agricultores urbanos 	Campesinos		<ul style="list-style-type: none"> • Campesinos • Agricultores urbanos 	<ul style="list-style-type: none"> • Campesinos • Indígenas 		Campesinos
Transformadores	<ul style="list-style-type: none"> • Campesinos • Transformadores urbanos 			<ul style="list-style-type: none"> • Campesinos • Transformadores urbanos 			
Intermediarios		Integran los procesos productivos			Se promueven intercambios directos, negando la participación de intermediarios		
		<ul style="list-style-type: none"> • Externos • Productores 					
Consumidores	Población diversa	<ul style="list-style-type: none"> • Locales • En otras seccionales 		Población diversa	<ul style="list-style-type: none"> • Estudiantes • Profesores • Personal administrativo de instituciones académicas 		
		<ul style="list-style-type: none"> • Productores 					
Promotores	<ul style="list-style-type: none"> • Líderes campesinos • Actores externos 	<ul style="list-style-type: none"> • Líderes campesinos • Actores externos 		Actores externos	Actores externos		
	Productores						

Organizaciones de apoyo	<ul style="list-style-type: none"> • Instituciones de gobiernos • Autoridades locales 		Autoridades locales		Instituciones oficiales de vigilancia y control
	<ul style="list-style-type: none"> • Instituciones académicas • Organismos internacionales <ul style="list-style-type: none"> • Asociaciones civiles • Programas de gobierno (ocasionalmente) 				

Fuente: Elaboración propia

5.3 Problemáticas similares en contextos diversos

En este apartado presentamos las principales problemáticas identificadas durante la sistematización de la información. Para su análisis, nos apoyamos en las unidades de observación definidas en el diseño metodológico (capítulo tres) -prácticas organizativas, prácticas productivas, prácticas de consumo, prácticas de comercialización e intermediación y prácticas para la articulación y vinculación con organizaciones de apoyo y actores externos, a partir de las cuales identificamos problemáticas comunes dentro de las experiencias analizadas-, además incluimos aspectos estructurales que emergieron a partir de la sistematización y categorización de la información: incidencia y reconocimiento político (capacidad de participar en el diseño de políticas públicas, recursos, programas de apoyo); conflictos y cambios sociales, políticos y económicos (cambios de autoridades, migración, identidad, clientelismo y burocratización); y el modelo agroalimentario dominante (tratados de libre comercio, proyectos extractivista, control y concentración de los procesos productivos)

A partir de estas categorías, identificamos problemáticas similares dentro de las experiencias analizadas las cuales son abordadas de formas diversas por sus participantes. Este apartado es la antesala para el análisis de las estrategias que han diseñado los participantes.

5.3.1 Prácticas organizativas: formas de participación, relaciones y tipos de liderazgo

Tabla 19: Problemáticas prácticas organizativas

Formas de participación	Espacios de diálogo	Tipo de liderazgos	Relevancia organizacional
-------------------------	---------------------	--------------------	---------------------------

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo

El tipo de problemáticas que identificamos en torno a los procesos organizativos están atravesados por las formas de participación de los diferentes roles dentro de las prácticas organizativas, muchas veces asumidas por participantes alejados de las actividades productivas lo que tiene consecuencias dentro de la toma de decisiones y en el diseño de las estrategias. Al mismo tiempo, pese a que existen espacios de diálogo, en algunos casos se encuentran restringidos por su intermitencia y la participación pasiva de la mayoría de sus integrantes. Esta situación ha dado lugar a que los promotores de cada experiencia asuman cada vez mayores responsabilidades y capacidad de decisión, limitando la participación de otros y por lo tanto la posibilidad de generar relevos en el liderazgo.

Dentro de los procesos organizativos, el papel que juegan los promotores ha sido determinantes para definir posturas, estrategias, vínculos, y acuerdos con diversos actores. Como mencionamos anteriormente, el rol de los promotores es el que supone mayores retos para las experiencias analizadas, los cuales se reflejan principalmente en las formas de participación de los campesinos dentro de las funciones organizativas y por lo tanto en los grados autonomía-heteronomía que van generando frente a otro tipo de actores.

A partir de lo anterior, identificamos tres escenarios bien definidos, organización centralizada en una estructura política fuera del campo, organización dependiente de universidades que limitan las funciones directivas de los campesinos, y organización con fuerte presencia campesina. En ese sentido, estos escenarios describen de formas diversas problemáticas en torno a las formas de participación, el tipo de liderazgos y las dependencias que van generado algunas de estas relaciones.

El primer escenario lo ubicamos en el caso de Mercados Campesinos, a partir de la intención de consolidar una estrategia organizativa cuyo objetivo buscaba afianzar el fortalecimiento de las organizaciones campesinas a partir de la centralización de los líderes y de la toma de decisiones en la capital del país. Si bien, la estrategia buscaba generar mayores grados de incidencia política para el campesinado, en los territorios en los que se ubicaban los líderes se desatendieron los procesos locales que venían floreciendo. Esto influyó de manera directa en la participación de los campesinos dentro

del proceso organizativo, incluyendo la formulación de demandas y reivindicaciones frente a instancias locales y regionales.

“En un momento nos dimos cuenta que habían estrategias dentro de la organización que no nos permitirían generar una estructura y parte de esas reflexiones fueron a raíz de haber sacado a algunos líderes de sus territorios. Entonces, si nuestra propuesta implicaba sacarlos, después cuando íbamos a los territorios y preguntábamos por la persona, ya no lo reconocían como líder, porque no lo veían en el día a día, y además ya era casi un doctor, y entonces hablaba de otra manera. Eso nos debilitó, pero logramos darnos cuenta a tiempo, y ahora la estrategia está más centrada en los municipios, en lo territorial” (Productor-promotor Mercados Campesinos, Colombia, junio de 2016)

Esta reflexión, contrasta con el contexto mexicano, en donde el hecho de que los promotores de estas experiencias participen desde espacios académicos, alejados de actividades productivas y del campo, ha dado lugar a que se afiancen relaciones subordinadas entre los participantes, incluso en ocasiones delegando todo tipo de decisiones internas a quienes asumen el papel de promotores. Esta situación, si bien no representa conflictos internos dentro de las experiencias, hace que las decisiones y las formas de participación sean restringidas y centralizadas, y al mismo tiempo que las problemáticas, demandas y reivindicaciones sean planteadas por los promotores.

“Un punto importante es de la autonomía, la universidad se ha cargado varios años con el tianguis, se ha esforzado mucho, porque la verdad organizar esto no es nada fácil y los productores que realmente asisten y están comprometidos con el tianguis aun no asumen responsabilidades, siente que no pueden y cuando les decimos que los vamos a acompañar pero que los vamos a ir dejando poco a poco nos dice que no, que cómo, entonces ahí seguimos con esa carga, digamos carga porque es tiempo y trabajo nuestro, aunque lo hagamos con gusto” (Promotora-académica Tianguis Agroecológico de José María Morelos, José María Morelos, México, abril de 2017).

Pese a los esfuerzos realizados por los académicos que integran estas experiencias, prevalece una tendencia que inhibe la posibilidad de fortalecer líderes locales que logren afianzarse como interlocutores de las comunidades y territorios en los que se

ubicar. Pero adicionalmente, la presencia de profesores ha incentivado relaciones (promotores-productores) orientadas por una lógica paternalista, que sin la intención de perjudicar los procesos locales, incide en la posibilidad de desplegar las virtudes y fortalezas individuales y colectivas. Esta apreciación se refleja en la forma en que algunos promotores se refieren a los grupos y comunidades con los que trabajan, refiriéndose a ellos como “nuestras comunidades”, “nuestras mujeres”, “nuestros grupos”. Esta forma de expresarse, por un lado refleja el compromiso que existe frente a los procesos que promueven, pero después de varios años de acompañamiento evidencia la ausencia de procesos que permitan a los participantes adquirir herramientas para recuperar espacios de decisión y actuación en el contexto local. Esto no significa que consideremos que la presencia de instituciones académicas limite las posibilidades de transformación y reivindicación, sin embargo, sí consideramos que en algunos casos ha dado lugar a relaciones de dependencia.

Por otro lado, el caso de AgroSolidaria-Socotá, como un tercer escenario, en donde la distancia geográfica que los separa de contextos urbanos y también de la presencia de actores externos, ha dado lugar a que se genere un proceso caracterizado por la participación activa de los productores, situación que se refleja en la toma de decisiones, los liderazgos y los procesos locales que se fortalecen a partir de las prioridades que sus participantes le otorgan a las problemáticas que identifican.

Las problemáticas anteriores -formas participación, liderazgos y dependencia- se ven atravesadas por la continuidad de los liderazgos y la ausencia de procesos de relevo organizacional, lo cual incide en la forma en que se va organizando la experiencia a lo largo del tiempo. Adicionalmente, la continuidad de los liderazgos da lugar a que una persona asuma de manera individual responsabilidades colectivas por largos periodos, sino que genera que las decisiones y acuerdos no logren ser concertados de manera colectiva. Es común que este fenómeno cree dependencia entre los participantes y desinterés en la participación de los procesos organizativos.

“Otro de los grandes retos es reinventarse, reconocerse como grupo, reconocer que se necesitan relevos, que necesitan que la gente se renueve y así renovar las prácticas con las que se vienen trabajando. Las personas que allí están son muy comprometidas y trabajan fuertemente. Pero quizá se agotan en la

posibilidad de que la gente llegue al proceso, a cambio de salir a buscar y compartir la idea y los proyectos que vienen fortaleciendo. Y por otro lado, como que todo recae en una persona que se convirtió en el líder, pareciera que sin él o ella las cosas no van a andar, entonces nuevamente el tema del relevo generacional, no solo en las actividades productivas, sino también en la organización” (Promotor, AgroSolidaria, Colombia, junio de 2016)

Finalmente, los procesos organizativos dentro de este tipo de experiencias se configuran de formas diversas, que responden a las características de los contextos en los que se ubican, a partir de los cuales es posible identificar diferentes formas de participación, liderazgos, relaciones y vínculos que están determinado por los roles que intervienen dentro de los procesos organizativos.

5.3.2 Prácticas productivas: Transición, certificaciones, relevo generacional y cambio climático

Tabla 20: Problemáticas prácticas productivas

Procesos de transición productiva	Diversificación de cultivos	Transmisión del conocimiento	Relevo generacional	Procesos de certificación – sellos	Cambio climático
-----------------------------------	-----------------------------	------------------------------	---------------------	------------------------------------	------------------

Fuente: Elaboración propia

En torno a las prácticas productivas identificamos problemáticas que giran en torno a los retos que plantean la implementación de proceso de transición que permitan incrementar el número de productores gradualmente. Junto con los procesos de transición se ubican los esfuerzos por ampliar la oferta de productos y para esto la diversificación de los cultivos juega un papel relevante que se vincula, como veremos más adelante, con los hábitos de consumo y la homogeneización de la dieta. También identificamos en los procesos de relevo generacional una problemática común, frente a la cual inciden factores estructurales y mecanismos que promuevan la transmisión del conocimiento. Identificamos en el papel que han venido adquiriendo los procesos de certificación, sellos y etiquetado un tema que ha generado posturas y percepciones diversas, algunas con implicaciones en la búsqueda de transformaciones más amplias. Finalmente, el cambio climático constituye una de los principales obstáculos para el campesinado y el desarrollo de las actividades productivas.

Frente a los procesos de transición productiva, es preciso mencionar que el tipo de producción dentro de estas experiencias se caracteriza por la sustitución del uso de insumos de síntesis química por aquellos de origen biológico, que además de eliminar la dependencia a los fertilizantes, da lugar al rescate de prácticas y saberes tradicionales, incluyendo la conservación y rescate de semillas.

“El tema de las semillas es un tema fuerte que estamos trabajando, el de recuperar nuestra semilla porque quienes nos venden los paquetes tecnológicos ahora también quieren vendernos el paquete de las semillas y nos venden la semilla que ellos quieren y eso también es grave porque estamos perdiendo nuestra identidad de pueblos, estamos perdiendo nuestra soberanía como parte esencial de la vida” (Productor, Mayab, México, junio 2017).

Aunado al tema de las semillas, el tipo de insumos utilizados para la producción se ha convertido en una de los principales elementos para la transformación de las prácticas productivas. Sin embargo, ante la dependencia que ha generado el uso de agroquímicos para algunos productores la implementación de prácticas orgánica o agroecológicas ha significado un obstáculo, principalmente por la ausencia de estrategias de apoyo, capacitación y acompañamiento por parte, tanto de los procesos que integran, como de actores externos. Esta situación ha dado lugar a que algunos de los productores que buscan transitar hacia prácticas productivas orgánicas o agroecológicas no dispongan de los recursos necesarios para su transición y por lo tanto, no logren cumplir los requisitos que exige este tipo de producción. De allí la importancia de reconocer los tiempos que toma transitar hacia otro tipo de prácticas productivas y evitar la rigidez de los mercados frente a la participación de los productores.

Al respecto, a raíz de la implementación de prácticas productivas que privilegian los procesos de producción orgánica, se han desencadenado diversas posturas en torno a su capacidad de transformar procesos más amplios que vayan más allá de la sustitución de insumos. Esta situación ha llevado a que algunas experiencias encuentren en las prácticas y principios de la agroecología una propuesta más radical – no rígida- y politizada (Sevilla y Soler, 2010; Rosset y Martínez, 2010; Toledo, 2002) (ver capítulo 2).

La forma en que los productores han integrado los procesos de transición responden a diferentes motivaciones y se dan de formas diversas, dentro de las experiencias analizadas identificamos tres situaciones concretas: productores que han dado continuidad a las prácticas productivas de sus antepasados; productores que han recuperado saberes y prácticas de las generaciones previas, y productores que implementan prácticas de producción orgánica a partir de las exigencias y requisitos estipulados por la ley.

En el primer escenario que identificamos, los procesos de transición se han fortalecido a través de las enseñanzas y diálogos intergeneracionales, lo que ha permitido tomar distancia de insumos químicos, paquetes tecnológicos y apoyos externos. Esta distancia se refleja en una mayor independencia del mercados de insumos y sus consecuencias frente a las obligaciones financieras que deben asumir los productores, así como una mayor conciencia frente a los efectos que tiene el uso de agroquímicos en la naturaleza y en la salud humana y animal.

“Yo llevo toda la vida produciendo orgánico, de hecho mi papá no echaba fertilizante porque además que sale caro, porque hay veces que sale bien bonito, pero hay veces que no hay dinero en el campo o como que se requiere dinero para invertirlo, entonces mejor no echábamos químico y la gente le decía que como estaba pobre no echaba químico, pero él dentro de su sabiduría sabía que eso le hacía daño a la tierra, le habían dicho que si le echaba eso con el tiempo se iba a echar a perder, se iba dañar la tierra y nosotros nos íbamos a enfermar por echar tanto de eso” (Productor, Alternativo de Puebla, México, junio 2017).

Otra tipo de productores, han decidido transformar sus prácticas productivas para prevenir o aliviar problemas de salud derivados del uso excesivo de agrotóxicos, para consumidores como productores, pero también motivados por el rescate de conocimientos y saberes, situación que han liderado los jóvenes que se involucran en las actividades del campo y estimulan la comunicación entre las generaciones, pero que además se ponen en juego a partir de la experiencia vivida, de experimentar los problemas y explorar alternativas. El siguiente relato de la nieta de un productor que ha recuperado los conocimientos de su padre y su abuelo resulta ilustrativo:

“Yo lo que puedo decirle es que, y de pronto aquí me voy a extender un poquito, porque me importa hacer el marco, y es que a mis abuelos les tocó llegar a Bogotá, migrar de Boyacá, en la plena revolución verde. Sin embargo, ellos no perdieron el arraigo ni el amor por la tierra, porque eso nunca se pierde, y en esos ires y venires de la vida, mi papá termina trabajando la tierra, pero como jardinero, pero con el mismo amor y disciplina que tuvo por la agricultura cuando niño, el caso es que termina trabajando en la casa del embajador de Alemania, y después de allí, termina en la casa del gerente general de Bayer, entonces a mi papá le toca la revolución verde de frente. El gerente le decía todo el tiempo: “venga, llegó esto de la fábrica para que le eche a las rosas a ver cómo nos va con las plagas”, y así con todas las plantas del jardín, era como un laboratorio, entonces a él le toca aprender a manejar agroquímicos para ver los jardines hermosos. En ese momento pues no había ningún problema para la salud, no se veían los riesgos, pero avanzamos 30 años, volvemos al campo, y llegan las enfermedades como consecuencia de esa época, y también las herencias, los mayores faltan, los hijos vuelven, los nietos vamos detrás y empezamos a producir orgánico con todas las dificultades. Entonces, después de más de 30 años de conocer agroquímicos, le decimos “no papá, aquí no podemos utilizar eso, venga hagamos un macerado de ajeno para controlar las babosas” y me decía “no hija, sale más barato y más fácil comprar un mata babosas”. El punto clave y lo que nos emociona y el aporte esencial de la historia, es que un momento determinado, le dije: “pero papá, cuando ustedes salen de Boyacá, no habían agroquímicos y cómo controlaban las babosas”, y él me dice: “no hija, me acuerdo que su abuelo cogía la ceniza del fogón, no había carbón, no había gas, no había gasolina, y de lo que salía del horno, de lo que cocinábamos, cogíamos la ceniza y se la echábamos, eso paraba las babosas”, entonces le digo que utilicemos la ceniza, para hacer un caldo de ceniza, y volvió a darse cuenta que procesar la ceniza bajo ciertas condiciones era muy eficiente y logramos controlar las babosas con esa preparación que él sabía, pero ya no recordaba y desde ese punto de vista se nos parte todo, porque cuando empezamos hacer el intercambio de saberes, mi padre me dice: “hija, nosotros para controlar las garrapatas, yo me acuerdo que su abuelo, cogía el cucui y hacía un preparado”. Y empezamos a buscar el tal cucui y nadie lo conocía, y claro ya

no estábamos en el mismo pueblo, entonces empezamos a contarle a la gente para que sirva y nos dicen “pues por lo que usted nos describe aquí le llamamos michui, y es este racimo, lléveselo a ver si es lo que usted necesita”. Lo llevamos, lo procesamos y resulta que sale la saponina, que realmente es el cucui, originalmente los indígenas lo utilizaron para lavar, porque es una saponina y genera espuma, después se dieron cuenta que servía para proteger las plantas, y es lo que retomamos, y entonces, ese cucui, ese michui, que se consigue en la plaza de mercado, empezamos a procesarlo y empezamos a tener repelentes de insectos e insecticidas. Entonces el aporte esencialmente va a que nos dimos cuenta que era necesario recuperar lo que ellos ya sabían, pero que se les había olvidado, y nos dimos cuenta que habían muchas más cosas para recuperar de sus recuerdos” (Productora, Mercados Campesinos, Colombia, junio 2016).

Los procesos de transición productiva, además de la implementación de prácticas que respeten el medio ambiente y la salud, involucran otras formas de relacionarse con la tierra, con los saberes y conocimientos tradicionales, es decir con los abuelos y abuelas que conservan esa información. Pero también tiene que ver con la recuperación de espacios físicos y simbólicos que permitan disputar escenarios que han sido cooptados por el modelo agroalimentario, con la experimentación dentro de la unidad de producción, con el intercambio de experiencias con otros productores y productoras, con la revalorización de la producción de alimentos.

En cuanto a los productores que buscan implementar prácticas de producción orgánica con el objetivo de participar de espacios de comercialización que vienen implementando sellos y etiquetas que permitan certificar el tipo de producción. En muchas ocasiones estas certificaciones representan ingresos más altos para los productores a partir de la idea generalizada de que la producción orgánica es más costosa para los productores. Para ello, dentro de los espacios de comercialización se exhibe información de cada productor junto a categorías que sugieren la etapa de transición en la que se ubica (convencional, en transición, orgánico).

“Lo que hacemos es poner un cartel con los principios de todos los productores del tianguis, y cada día de mercado lo ponemos en las mesas para que el consumidor sepa qué tipo de producto es o en qué etapa de la transición va,

porque luego hay unos que quieren venir a vender a precio de orgánico, pero solo son revendedores, entonces si viene uno que produce con químicos, le decimos que ahí no puede vender pero lo invitamos a empezar la transición, si el insiste en seguir yendo puede ir, pero no se le pone su letrero y la gente ya sabe. Pero por lo general esos no regresan cuando ven que es orgánico"
(Promotor, Macuilli Teetzin, San Luis Potosí, México, junio de 2017).

Este tipo de mecanismos para controlar el tipo de producción se asocian cada vez más con una estrategia de control diseñada por el modelo agroalimentario, que está ligada a la posibilidad de certificar los procesos productivos a partir de la sustitución de insumos químicos por insumos orgánicos, situación que desconoce aspectos sociales, económicos y políticos dentro de los procesos productivos. De allí, que algunas experiencias se han alejado de la agricultura orgánica y han adoptado los principios de la agroecología, no como un sistema de producción, sino como una oportunidad para establecer relaciones entre sociedad y naturaleza guiadas por principios que no se agotan en la sustitución de insumos. Sin embargo, pese a la crítica que se establece a partir de los juegos de etiquetas, algunos de estos mercados han implementado procesos de certificación participativos (Roldan, Gracia y Mier y Terán, en prensa)

De esta manera, la agricultura orgánica, promovida por la industria alimentaria, reproduce las mismas desigualdades que los procesos de producción convencionales. Ejemplo de lo anterior es la facilidad con la que las grandes corporaciones de alimentos abastecen los estantes de los supermercados con productos que llevan etiquetas que resaltan las características particulares del producto "producción orgánica", comercio justo", "ambientalmente/socialmente responsable", entre otras.

"A nosotros nos interesa fortalecer la producción campesina y quizá en algún momento lo orgánico, pero es que es un complique por las benditas normas, es decir que sobre una tierra que en los últimos 10 años le hayan echado químicos, Ud. no puede decir que está produciendo orgánico, porque tiene residuos. A partir de los 10 años sin que se vuelva a echar veneno esa tierra se empieza a recuperar. Problema verraco con la certificación ¿Ud. sabe cuánto vale que a uno le certifique su finca? Y eso hace parte del modelo de desarrollo, unos poquitos son los únicos que pueden pagarla y también unos

pocos son los que pueden comprar esos alimentos” (Promotor, Mercados Campesino, Bogotá, Colombia, junio 2016)

Los procesos de certificación participativa que han diseñado estas experiencias, además de garantizar la inocuidad de los productos, buscan reconocer su origen, la distancia recorrida, el tipo de productores y el rescate de principios y valores asociados a la producción y al intercambio. Sin embargo, pese a que su implementación es voluntaria, se ha convertido en un requisito para participar de algunos espacios de comercialización, imponiendo barreras y restricciones al ingreso, en ocasiones desconociendo que la transición es un proceso que toma tiempo y requiere del intercambio de experiencias para que se vaya consolidando (Calle, et. al., 2011; Calle, Galla et. al, 2013). Adicionalmente, a partir de su inclusión dentro de marcos legales y regulatorios, los productores o espacios de comercialización que afirmen que su producción es orgánica, y no tengan la certificación de las agencias, se enfrentan a que sus productos puedan ser confiscados por las autoridades correspondientes, situación que se repite tanto en México como en Colombia.

Otra problemática relevante, por las consecuencias que trae para el campo, son los procesos de relevo generacional y en particular la percepción que se tiene frente al futuro de los jóvenes, aunada al envejecimiento de campesinos y campesinas. Por un lado para varios productores, todo el esfuerzo que realizan está en función de *“darles un mejor futuro a sus hijos”*, incluso reconociendo que ante su ausencia nadie continuará trabajando el campo.

“Mis hijos se fueron a estudiar, uno hace el esfuerzo, eso es lo que uno quiere, sacarlos adelante. Yo pagué una misa para que yo pudiera encarrilar a mi hijo. Y los llamaron a trabajar a una lavadora de carros y se amañaron allá, pero yo seguí rezando para que salieran de ahí” (Productora, AgroSolidaria, Colombia, julio, 2016)

“Mi hijo estudio ingeniería industrial en Bogotá, y allá se quedó, ahora ya está trabajando, y eso a mí me da mucha alegría, es mi esfuerzo, es mi trabajo, era mi anhelo, yo le había pedido a Dios que diera licencia para que mis hijos fueran alguien en la vida. Yo no quería que se quedaran acá, para sufrir como

yo. Allá al menos estudian y tienen un sueldo fijo” (Productora, AgroSolidaria-Socotá, Colombia, julio 2016)

Estas percepciones contrastan con las de otros productores y productoras que reconocen en estos procesos un ciclo, en el que así como existen jóvenes que migran, hay muchos otros que regresan.

“Hay unos hijos que les interesa, que les gusta colaborar, pero hay otros que no les gusta, pero pase lo que pase esto por generación no se acaba, porque esto no es que nos vamos a ir allá [a la ciudad] unos sobre otros. En mi vereda hay muchísima gente que se fue y volvió. Porque a pasar hambre pues no” (Productora, Mercados Campesinos, Vianí, junio 2016).

“En este momento hay mucha gente que está regresando, así como hay muchos que se quieren ir a aventurar, hay otros que ya aventuraron y están volviendo. La gente quiere estar tranquila y quiere venir al campo. La ciudad es un caos” (Productora, AgroSolidaria-Socotá, Colombia, julio 2016).

“Yo estoy de acuerdo con que acá no hay empleo, pero es que allá tampoco y si lo hay es mal pagado. Pero nosotros tenemos nuestro propio empleo acá, lo que tenemos que hacer es inculcarle a nuestros hijos que nosotros podemos hacer empresa, otra cosa es que quieran ser empleados. Pero si nosotros no nos damos cuenta que acá podemos hacer muchas cosas, vamos a seguir yéndonos a que nos pongan a hacer” (Productora, Mercados Campesinos, Colombia, junio 2016).

Lo que reflejan estos relatos, es la diversidad de formas de pensar el campo y por lo tanto, al campesinado, de entender que pese a que muchos analistas pronostican su desaparición, existen procesos internos que no son registrados, los cuales mantienen el campo y al campesinado siempre vigente, reinventándose, reconociendo las presiones que afectan sus actividades, pero en la mayoría de los casos buscando alternativas y reflexionado en torno al contexto en el que se ubican.

Finalmente, el cambio climático se ha convertido en una problemática, ante la cual se han tenido que adaptar e incluso enfrentar grandes pérdidas a mano de fenómenos naturales extremos. Prolongadas épocas de sequía, contrastan con inundaciones que hacen que los cultivos se pierdan ante la imposibilidad de reaccionar.

“Cada año estamos perdiendo la cosecha, ya no hay tanta producción, el cambio climático nos ha afectado enormemente, usted le puede preguntar a cualquiera y le van a decir que ya no llueve igual que antes. El calendario de lluvia ya no está funcionando, ya no son tan precisos los cálculos que hace, cuando debe llover, no llueve, hay un desajuste biológico en el clima y eso afecta la milpa” (Productor, Tianguis Agroecológico de José María Morelos, México, junio 2017).

5.3.3 Prácticas de comercialización e intermediación: intermitencia, precios y el papel de los intermediarios.

Tabla 21: Problemáticas prácticas de comercialización e intermediación

Acceso a espacios de comercialización	Mercados complementarios	Vías y medios de acceso	Distancia a mercados	Percepción frente a la intermediación
Temporalidad de los encuentros	Acceso a transporte	Mecanismos y fijación de precios	Tipo de intermediarios	

Fuente: Elaboración propia

El acceso a mercados favorables es una de las principales problemáticas que buscan resolver estas experiencias. Para ello, cada uno de los casos seleccionados ha diseñado diversos mecanismos de venta que les permitan acceder a mejores condiciones. Sin embargo, emergen algunas problemáticas asociadas particularmente con la temporalidad de los encuentros, los mecanismos para la fijación de precios y la percepción frente a la intermediación.

Para consolidarse como una alternativa a los procesos de comercialización convencionales y enfrentar los abusos de los intermediarios, los casos analizados, a excepción del caso de AgroSolidaria-Bogotá, han generado encuentros presenciales que garanticen los intercambios directos entre consumidores y productores. Pese a que son espacios que estimulan otro tipo de relaciones, hábitos de consumo y formas de intercambio, la intermitencia con la que realizan los encuentros presenciales no logran resolver el tema de la intermediación, ya que la mayoría de los productores continúan circulando parte de la producción por canales convencionales.

De los casos analizados, el Alternativo de Puebla y el Mayab –cuyos encuentros se realizan cada ocho días- son los que realizan encuentros presenciales de manera más

recurrente, aunque en el caso del Mayab, al ubicarse en las instalaciones de la Universidad del Caribe, los productores deben buscar otros canales de comercialización en temporadas de vacaciones. Mientras tanto, el Agroecológico de José María Morelos y el Macuilli Teotzin, realizan los encuentros una vez al mes, lo que en términos de enfrentar los retos de la comercialización es insuficiente. Sin embargo, estos espacios se han convertido en una plataforma para participar de otros canales comercialización, mitigando la dependencia de los canales e intermediarios convencionales

En el contexto colombiano la situación es similar, Mercados Campesinos, durante la etapa de mercados presenciales, realizaba encuentros una o dos veces al mes, de acuerdo al cronograma que diseñaban en función de la cesión de los espacios públicos en los que se ubicaban, sin embargo durante los casi 10 años que realizaron los mercados, llegaron a tener periodos en los que no lograron gestionar los recursos para realizar los encuentros. AgroSolidaria-Bogotá ha fortalecido canales de comercialización a través de plataformas virtuales, en donde se entregan pedidos dos veces a la semana. Y en el caso de AgroSolidaria-Socotá, existe un punto de encuentro que funge más como un espacio de acopio para los asociados, donde ocasionalmente se realizan intercambios; sin embargo, su principal canal está vinculado a las otras seccionales, por donde circula la mayoría de los productos.

A la temporalidad de los encuentros y las problemáticas asociadas, se le debe sumar la incertidumbre de no contar con espacios propios, pero también de no generar escenarios de incidencia que permitan recuperar los espacios públicos. Por lo tanto, cada determinado periodo de tiempo se deben gestionar permisos y acuerdos con las autoridades correspondientes (autoridades locales y universidades) para gestionar espacios en donde realizar los encuentros. Esta situación ha generado que, en diferentes etapas, todas las experiencias analizadas hayan tenido que poner en duda su continuidad. Es decir, pese a venir acumulando experiencia y superando diversos obstáculos, aún no han logrado asegurar un espacio propio que les permita enfrentar consolidar su propio proceso.

Con este panorama, la realidad es que los espacios de encuentro que han diseñado estas experiencias no logran circular el total de la producción de los participantes, por lo

tanto, en la mayoría de los casos deben recurrir a canales complementarios para garantizar la venta de sus productos, por lo general conservando vínculos con los intermediarios. Al respecto, el tipo de mercados complementarios en los que participan ha permitido que los productores reconozcan la forma en que algunos espacios de comercialización buscan apropiarse de las características de estas experiencias, a partir de la adjetivación de los productos (orgánicos, agroecológicos), los lugares (solidarios, justos, verdes) y los participantes (locales, artesanales), entre otros, sin generar transformaciones frente a las relaciones de intercambio.

“Hay tianguis que el negocio no es ya poner el producto, sino que el negocio es poner el tianguis y el que gana no son los productores, el que gana es el que organiza, porque te toca pagar por tu espacio una cuota fija, vendas o no vendas, entonces ya estamos cayendo en un extremo que no favorece. Te manejan eso de que tú tienes que invertir en tu producto y a veces hasta parece que te hacen un favor por dejarte vender y no es verdad eso, si tú quieres ayudar a alguien que produce algo, cómprale, no le des un espacio, cómprale, organiza gente para que le compre, eso es ayudar al productor. Colgarte de los productores para hacer un proyecto es demasiado nefasto”
(Productor, Alternativo de Puebla, México, junio de 2017).

Por otro lado, si bien para los participantes los precios no representan una problemática, la ausencia de un mecanismo para su fijación da lugar a que pese a la crítica que se hace al modelo agroalimentario y su incidencia en los precios, la mayoría de las experiencias reproduzcan prácticas para fijar los precios vinculadas con el mercado convencional, tomando como referencia el precio de los productos en las tiendas cercanas, supermercados y plazas de mercado principalmente e integrando alguna variación.

Otra problemática recurrente la ubicamos en el efecto que tiene el acceso a medios de transporte, en la medida que su ausencia limita la participación de productores en éstos y otros espacios de comercialización. La realidad de la mayoría de los productores es que no poseen vehículos propios, lo que genera que los encuentros presenciales estén sujetos a la disponibilidad de apoyos para el transporte o de vehículos contratados,

pero además, esta situación constituye una de las principales diferencias frente a los intermediarios.

“Los intermediarios tienen una herramienta que es fundamental y es el transporte, el transporte es fundamental en el desarrollo de la comercialización y distribución de los productos” (Productora-promotor, Mercados Campesinos, Colombia, junio 2016).

Adicionalmente, las unidades de producción se ubican en veredas, caminos y zonas en donde las vías de acceso se encuentran en malas condiciones, lo que implica un esfuerzo adicional para los productores. Por lo tanto, los desplazamientos que deben hacer para participar en los encuentros presenciales están precedidos de diversas actividades y distancias que muchas veces no son contempladas dentro de los requisitos e intereses por privilegiar los intercambios directos.

Al respecto, es preciso mencionar los principales inconvenientes asociados con la intermediación. Por un lado, a partir de las problemáticas en torno al acceso a la información, los productores quedan expuestos a las condiciones de negociación que imponen los intermediarios, quienes generalmente manipulan la información en detrimento del beneficio para los productores.

“En el pueblo es supremamente triste, allá los que están bien son los intermediarios, el agricultor o los agricultores estamos muy mal, pero mal es mal, porque allí por lo menos si acá una lechuga uno la vende en 1000 pesos allí vale 100 o 200 y eso es bien pago para ellos, y así con todo, la mata de apio, una mata bien grande vale 200, 300 pesos ¿qué puede usted hacer con ese dinero? eso es irrisorio, allá son irrisorios los precios que hay, y si uno pide lo que uno considera que vale realmente, eso allá le nombraban a uno la madre” (Productora, Mercados Campesinos, Colombia, junio 2016).

En ese sentido, las dinámicas en torno a la intermediación perjudican a productores y consumidores, en la medida que dependiendo del producto, de acuerdo con algunos productores, puede haber entre 9 y 12 intermediarios y todos obtienen una ganancia económica, sin generar ningún valor agregado. Este fenómeno deja ver que existen canales por donde circula la información entre los intermediarios, imponiendo y

manipulando precios dentro de los territorios, forzando a que los productores vendan al precio que sugieren los intermediarios.

“El que pone el precio es el que tiene la información, es el que tiene contacto con la central, entonces si hay tres intermediarios en la zona, y uno dice: “el precio es este”, y después se ponen de acuerdo, entonces no se puede negociar. El campesino si no le vende a ese intermediario, le vende al otro, pero ya se pusieron de acuerdo, y tienen la información y tienen la red y la conexión. Entonces ¿cómo rompe usted esa cadena entre los actores? Y así mismo funciona la central de abastos, los mayoristas tienen la información, saben cómo funciona, y los campesinos solo van allá a perder el tiempo, porque ya está todo arreglado” (Productor, Mercados Campesinos, Colombia, junio 2016)

Como vemos, la realidad de la intermediación permite suponer que los intercambios directos son una alternativa viable y necesaria, sin embargo, como analizaremos en siguiente capítulo, los productores no pueden especializarse en todas las etapas del proceso productivos, de allí que la estigmatización de la intermediación pueda ser pensada como una problemática común. Al respecto consideramos que los esfuerzos deben estar enfocados en redefinir la función del intermediario y sus formas de intermediación antes que en su negación, ya que en la práctica logra resolver algunas de las problemáticas que hemos presentado.

5.3.4 Prácticas de consumo: Participación, número y tipo de consumidores

Tabla 22: Problemáticas prácticas de consumo

Formas de participación	Hábitos de consumo	Acceso a la información (consumidores)
-------------------------	--------------------	--

Fuente: Elaboración propia

Como mencionamos en la descripción del rol del consumidor, en estas experiencias participan diversos tipos de consumidores caracterizados principalmente por el contexto en el que se ubican. Entre las problemáticas que identificamos, destacamos la escasa participación de consumidores en actividades complementarias y su ausencia dentro de otras etapas del proceso productivo; los hábitos de consumo; y al acceso a la

información por parte de los consumidores como un mecanismo que de acuerdo a los contextos permite acercar a los consumidores.

Dentro de este tipo de experiencias, los consumidores se involucran principalmente a través de los intercambios directos, siendo esta una de las principales virtudes que reconocen los productores, en la medida que además de obtener mejores precios (en la mayoría de los casos), se logran afianzar relaciones y vínculos más estrechos entre los participantes. Sin embargo, en la mayoría de los casos observamos que el consumo suele ser interpretado como un apoyo hacia los productores, que si bien sí lo es, se trata de una percepción que desconoce los beneficios de acceder a este tipo de productos dentro de contextos urbanos.

“Irónicamente yo creo que ese espacio ha sido más que para el campesino, para el consumidor, el consumidor está presionado, en una ciudad que tiene su tienda cercana, tiene su fruver, o tiene el supermercado, pero no tiene sino dos o tres alternativas para conseguir sus alimentos, entonces el mercado campesino se convierte en esa cuarta o quinta posibilidad donde acceda directamente al producto del campesino y eso es fácil de decir, pero si no fuera por nosotros seguramente se estarían comiendo todos esos venenos. Entonces yo creo que es más lo que nosotros logramos aportar al consumidor”
(Productora, Mercados Campesino, Colombia, junio 2016).

En esta línea, identificamos la problemática asociada a las formas de participación de los consumidores, la cual se limita a ejercer el poder de compra. La pregunta que surge sería ¿cómo puede integrarse el consumidor en las etapas del proceso productivo? La respuesta parece ser bastante restringida, por lo tanto, es necesario explorar más a fondo el papel del consumidor dentro de las etapas del proceso productivo y analizar o diseñar nuevas estrategias que permitan su participación directa o plantear si su forma de participación se reduce un consumo consciente, politizado y crítico. Como veremos en el apartado de estrategias, existen algunos esfuerzos para integrar a los consumidores dentro de algunos procesos.

Si bien las formas de participación son limitadas, a partir de las decisiones de consumo es posible incidir en la transformación de los procesos productivos. En ese sentido, identificamos en el cambio de los hábitos de consumo una posibilidad para contrarrestar

en la homogeneización de la dieta que el modelo agroalimentaria ha incentivado alrededor del mundo (Sevilla, 2012; Tarditti, 2012). Para diversificar el consumo, la oferta debe incluir productos que permitan sustituir y complementar la alimentación, sin embargo, dentro de estos espacios de comercialización es recurrente que los productos más demandados sean las verduras y hortalizas “comunes” -variedad de lechugas, acelgas, zanahoria, tomates, calabazas, cebollas, entre otros- y algunas frutas. Algunos mercados se han intentado recuperar alimentos tradicionales -en Colombia sobresale la guatila, chachafruto, yacon, pepino dulce, variedades de papa, entre otros; mientras que en México los quelites, moringa, ramón, pepita de calabaza, entre otros- sin mucho éxito, principalmente por el tipo de dieta de los consumidores, que pese a incluir alimentos sanos, continua bajo el mismo régimen de alimentación.

“Nosotros hemos intentado vender alimentos más tradicionales, empezamos a traer chachafruto y a decirle al señor o la señora de la ciudad: “venga, esto tiene proteína, esto lo puede utilizar en el jugo, esto lo puede cocinar con carne, con papas”, pero la gente está muy acostumbrada a comer siempre lo mismo y no es fácil que empiecen a consumir este tipo de alimentos, se acostumbraron a la pasta y el arroz, pero nosotros creemos que si llevamos estos productos, podemos empezar a comer como comíamos antes” (Productora, Mercados Campesinos, Colombia, junio 2016).

“Nosotros los días de tianguis ponemos una caja con productos que la gente no conoce, pero que son tradicionales, y la gente puede tomar lo que quiera gratis y después si le gusta lo compra, el problema es que parece que nada les gusta, prefieren seguir comiendo lo mismo, es una cuestión de poder revalorar lo propio” (Promotora-académica, Tianguis Artesanal José María Morelos, México, junio 2017).

Adicionalmente, dentro de los consumidores se ha instalado una percepción frente a disponibilidad de los alimentos a lo largo del año, dando lugar a que los productos que no encuentran en este tipo de mercados sean adquiridos a través de canales convencionales.

“Estos productos no son como los convencionales que hay todo el año y por eso se pone caro en alguna época. Acá no, acá si se acabó la temporada, ya

no vas a encontrar, terminó la temporada y termino la producción, pero van a llegar otros. Entonces muchas veces les recomendamos que compren suficiente y lo congelen o sino que prueben algo nuevo, pero lo que vemos es que muchos prefieren ir al súper y pagar un montón por productos que no están en temporada” (Productor, Alternativo de Puebla, México, junio de 2017)

Este tipo de problemáticas están muy ligadas al acceso a la información la cual en ocasiones, pese a estar disponible, no adquiere el mismo sentido para a todos los consumidores.

“El nivel académico de la gente que acude al mercado es alto, quiere decir que la gente que llega es gente informada, que ya sabe el concepto, se identifica con el concepto porque ya lo leyó, lo tiene incorporado. La gente que llega es de licenciatura para arriba (Promotor, Macuilli Teotzin, México julio 2017).

“El problema es que la gente no está concientizada en Morelos como en Cancún o en Playa del Carmen, acá la gente no sabe cuál es el beneficio de consumir estos productos, tu les puedes decir que ese tiene químicos y todo eso y aun así no les importa, todavía nos falta trabajar muchos más sobre esos temas. Para mí esa es la mayor preocupación, para mí está bien que se acerquen maestros y otro tipo de profesionistas, pero a mí me interesaría que se acerque más la gente, que se alimente más sano, que vea que puede consumir mejores productos, pero hasta ahora todavía falta eso” (Promotora, José María Morelos, México, junio 2017).

Estos dos relatos plantean dos situaciones recurrentes, por un lado se ubica un sector de la población que reconoce y valora los beneficios en la salud y en el medio ambiente que genera consumir productos cultivados sin agroquímicos, pero que adicionalmente están en disposición a pagar un sobreprecio. Este tipo de consumidor lo ubicamos en contextos urbanos y vinculados a instituciones académicas, afianzando una relación proporcional entre el acceso a la información, el nivel de precios y la disposición a pagar.

Por otro lado, identificamos consumidores que pese a tener la información, esta no representa un elemento determinante frente a las decisiones de consumo y menos si esto significa pagar un sobreprecio. Este tipo de consumidor lo ubicamos en contextos

rurales, en los que la relación entre la información, precio y disposición a pagar no se corresponde entre sí. Entonces, la problemática que identificamos apunta a necesidad de replantear el acceso a la información como algo más que un privilegio, y por lo tanto deconstruir el imaginario de estos espacios de consumo dentro de una lógica excluyente

Finalmente, estas problemáticas sugieren la resignificación del papel de los consumidores, más allá de la disposición a pagar, porque al final, la transformación de los procesos productivos no se agota en saber *quién siembra y qué siembra*, sino de también de *quién come y qué come*. Por lo tanto, no se trata de que la comida llegue a los que tienen información y capacidad de compra, sino de que llegue a sectores sociales dispuestos a apoyar las iniciativas y en donde el vínculo entre la información y el precio no signifique una restricción.

5.3.5 Prácticas para la articulación y vinculación con organizaciones de apoyo y actores externos: temporalidad, dependencia e intereses

Tabla 23: Problemáticas prácticas para la articulación y vinculación

Temporalidad de los apoyos	Dependencia	Tipo de proyectos
----------------------------	-------------	-------------------

Fuente: Elaboración propia

Las problemáticas acá presentadas responden a la posibilidad de acceder a diferentes apoyos y recursos externos, sin los cuales algunas de estas experiencias no hubiesen logrado seguir adelante, pero sin los cuales también han logrado alcanzar muchos de los objetivos trazados. En ese sentido, el tipo de apoyos incide de forma diversa dentro de cada experiencia, pero también sus efectos cambian de acuerdo a las etapas en las que han surgido este tipo de vínculos, en algunos casos generando dependencia o limitando la posibilidad de decidir sobre el destino de los apoyos.

Todas las experiencias analizadas han recibido algún tipo de apoyo, la mayoría han servido para resolver situaciones particulares, no necesariamente problemáticas asociados principalmente con infraestructura, logística y transporte. De acuerdo con los relatos de los participantes, el momento en que han logrado acceder a este tipo de apoyos les ha permitido afianzar procesos internos, integrar nuevos productores,

diseñar campañas de difusión y realizar actividades complementarias, sin embargo, ante la ausencia de los apoyos algunas de estas actividades no se logran mantener activas. Al respecto identificamos tres problemáticas que se articulan entre sí: la temporalidad de los apoyos, la dependencia que genera dentro de los procesos y el tipo de proyectos que promueven.

Respecto a la temporalidad de los apoyos, es común que tanto aquellos que provienen de los vínculos cercanos que crean con universidades, dependencias gubernamentales y otras organizaciones, estén sujetas a cambios repentinos en su continuidad, esto a raíz de cambios de gobiernos locales, programas de apoyos, o requisitos para su financiación. Estos cambios inciden de manera directa en algunas de las actividades, principalmente en aquellas en las que los apoyos se destinaban a transporte e infraestructura.

En el caso del Tianguis de José María Morelos, el fin de un apoyo para el traslado de los productores dio lugar a que no pudieran desplazarse durante un periodo prolongado, caso similar enfrentaron algunos participantes de Mercados Campesinos, Macuilli Teotzin y el Mayab, quienes en diferentes momentos han tenido que ausentarse de los mercados presenciales por la ausencia de transporte.

Esta situación es reflejo de la dependencia que generan estos apoyos en las organizaciones y los procesos de comercialización. Si bien, son apoyos que han sido determinantes para su continuidad al permitir resolver situaciones concretas, en ocasiones la forma en que se ejecutan (tiempos, actores involucrados, acuerdos) da lugar a que se desvíe la atención de otro tipo de situaciones adversas.

Un tercer aspecto es el tipo de apoyos, lo cual en gran medida afianza las relaciones de dependencia. Por ejemplo, como ya mencionamos el transporte es uno de los principales inconvenientes, sin embargo, los apoyos se reducen a dinero para combustible o cesión de vehículos durante los días de mercado. En el caso de Mercados Campesinos, después de diez años en los que se destinaron recursos para combustible y alquiler de vehículos, al culminar los acuerdos, los productores se encuentran en la misma situación -en relación al transporte- que cuando comenzaron el proceso.

Otro ejemplo, son los apoyos que destinan a actividades productivas, que generalmente son otorgados a productores que quieran incursionar en el cultivo de productos específicos, es el caso de algunos productores del estado de Quintana Roo, quienes a través de un programa de gobierno dejaron de lado sus cultivos tradicionales para cultivar ramón¹⁹, con la promesa de la existencia de un mercado para dicha producción. Situación similar ocurre con los productores orgánicos, en donde se destinan recursos privilegiando a productores que cumplen con los lineamientos de producción orgánica estipulados legalmente, de los que, generalmente, los pequeños y medianos productores no logran participar.

De esta manera, pese a que los apoyos logran resolver algunos aspectos de manera inmediata, su presencia se manifiesta en los procesos organizativos a partir de la toma de decisiones, las relaciones internas y el tipo de vínculos con actores externos, al mismo tiempo en algunas ocasiones pueden estar “amarrados” a prácticas productivas, incidiendo en la autonomía y la soberanía alimentaria. En ese sentido, el tipo de apoyos puede significar la implementación de prácticas regresivas para el campesinado, en la medida que inhiben su capacidad organizativa y van conteniendo el diseño de estrategias basadas en los territorios.

5.3.6 Problemáticas estructurales: incidencia y reconocimiento político, conflictos y cambios sociales, políticos y económicos

Tabla 24: Problemáticas estructurales

Acceso y tenencia de la tierra	Tratados de libre comercio.	Cambios de autoridades	Visibilidad	Negación del campesinado
Cooptación	Migración	Acuerdos y compromisos	Articulación con otros actores	Complementariedades – ineficiencias
Clientelismo y burocratización	Proyectos extractivistas	Identidad-percepción frente al campesinado	Concentración y control de la producción y los canales de comercialización	

Fuente: Elaboración propia

El campesinado ha sido históricamente negado e invisibilizado como un actor social, político y económico, negación que se manifiesta en diversos escenarios que van desde el diseño de políticas públicas hasta la forma en que es categorizado por diferentes

instituciones e instancias. Este es el caso de la implementación tanto en México como en Colombia -y en otros países del continente y del mundo- de políticas públicas destinadas a favorecer emprendimientos productivos destinados a la denominada agricultura familiar, término con el que se niega la identidad campesina y se insinúa que la misma debe transitar hacia otro escenario productivo para poder acceder a apoyos y participar de las actividades productivas, bajo determinadas condiciones y acuerdos,

“Podría ser una cosa de influencia de las mismas organizaciones del gobierno que son las que le han presionado la idea a los campesinos de que ser campesinos es una vergüenza y de que es posible tener otra identidad diferente a la de campesino, entonces por eso hay muchas personas que ya no se identifican como campesinos. Pero además me parece peligroso que se hable sólo de agricultura familiar porque sí se logra acuñar ese término y tiene demasiado éxito, entonces se va a desplazar o va a desaparecer totalmente la agricultura campesina y creo que ese cambio de uso de esos vocablos podría ser determinante para que se opaque, se soslaye totalmente al campesino”
(Actores externos -académica, Colombia, junio 2016).

Esta forma de referirse al campesinado tiene consecuencias que se reflejan tanto en su reconocimiento político como en el tipo de relaciones y vínculos con contextos urbanos, en la medida que se posesiona un discurso en el que el campesinado es vulnerable y requiere de apoyos que les permita acceder a tecnologías, mercados e insumos. Algunos de los participantes ubican la percepción que tiene los hacedores de políticas públicas en particular, frente al campesinado como un obstáculo, al mismo tiempo que ven en este tipo de mercados una oportunidad para su reivindicación.

“La profesión del campesino está muy vilipendiada, gran parte de la población esta desinformada en cuanto a lo que es un campesino, la gente tiene allá [en la ciudad] la concepción de que el campesino es ese señor de ruana y de sombrero que se para con unas boticas y arrea el ganado, toda esa concepción está totalmente errada. Nosotros como campesinos nos vamos transformando y vamos aprendiendo del campo, no es simplemente quedarse en que nosotros somos del campo y somos ignorantes y analfabetas ¡no!, nosotros nos preparamos, y acogemos las tendencias y lo apropiamos a nuestra cultura, no es que lo que venga de afuera este mal, simplemente que sabemos que lo

nuestro es lo importante y la forma en que lo aprendimos, de generación en generación, y eso nadie nos lo puede venir a enseñar” (Productor, Mercados Campesinos, Colombia, junio 2016).

Ante esta realidad, las organizaciones campesinas y los procesos organizativos que analizamos han identificado como una necesidad lograr articularse con procesos territoriales complementarios, tanto dentro de la producción de alimentos, como de la defensa y lucha por el territorio frente al modelo de desarrollo que despoja y niega la diversidad de los territorios.

“Como organización lo que hemos venido analizando es que la única forma de ir engranando esto es creando, trabajando y participando en algunos espacios más amplios y juntándose con organizaciones que vengan con un proceso organizativo parecido a éste, por ahí puede ser un poco la salida para ver cómo vamos haciendo bloques regionales. Creo que puede ser una de las alternativas, igualmente tiene que ver cómo fortalecer el nivel de la producción, pero también trabajarle a nivel de la comercialización, pero con una organización fuerte, porque es a través de las organizaciones que tenemos que irnos organizando para poder fortalecer y articular procesos” (Promotor, Mercados Campesinos, Viotá, Colombia, junio 2016).

Pese a reconocer la importancia de establecer diálogos y articulaciones con otros procesos, la desarticulación y los conflictos entre organizaciones se convierten en aspectos que inhiben el fortalecimiento de procesos más amplios, que se logren trasladar a escenarios de participación política. De allí que los procesos de incidencia política que se han gestado a partir de la participación de este tipo de experiencias sean muy reducidos.

Mercados Campesinos ha sido la única experiencia que ha logrado incidir en el diseño de una política pública, sin embargo, pese a los esfuerzos y resultados obtenidos, hoy en día la mayoría se han disipado ante la intención de las autoridades locales de ceder los permisos a operadores logísticos privados. Esta situación generó que conquistas como la institucionalización del “día del campesino” -el primer viernes de junio-, se realice sin la participación de las organizaciones que lograron este acuerdo.

“Ellos hoy van a hacer un retroceso pero van a mostrar un logro de eficiencia

administrativa, pero el beneficio social va a ser muy poco, esos manes hoy dicen que solo van a vincular 250 campesinos, cuando en el 2015 y en el 2014 que fue el último mercado que hicimos en la plaza de Bolívar llevamos 1400 campesinos. Entonces pasar de 1400 a 250 que van a estar uniformados, bellos, que tienen sellos, etiquetas, empaques, y entonces esa gente no tenían ni idea de cómo se hacía eso y ahora lo que van a hacer es llevar un montón de restaurantes que nada que ver” (Promotor, Mercados Campesinos, Colombia, mayo 2016).

Como otro caso de incidencia política podríamos mencionar la de la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos -en la que participan tres de los casos ubicados en México- en su participación en el diseño y redacción de la ley de producción orgánica y sus lineamientos. Sin embargo, pese a la participación activa que tuvieron en ese proceso la mayoría de los mercados que integraban la red, no todos lo identificaron como un logro, razón por la cual muy pocos mercados le han dado continuidad, salvo el caso de Macuilli Teotzin que incluimos en nuestro análisis.

Para algunos productores y promotores, los acuerdos realizados con las autoridades locales para la cesión de espacios, infraestructura y transporte constituyen una conquista, sin embargo, aun si estos vínculos permiten resolver aspectos puntuales, no son expresiones del reconocimiento de la importancia del campesinado, y mucho menos una respuesta a las demandas que este actor social plantea. En ese sentido, cobra importancia la reflexión de uno de los líderes de AgroSolidaria,

“En Colombia no tenemos una sola ley producto de la iniciativa popular en 25 años de la nueva Constitución. Las leyes en Colombia las construye, o el ejecutivo que se las presenta al legislativo, o el legislativo que se las presenta a sí mismo y desde el poder popular todavía no hemos logrado una sola. Respecto al campesinado, es importante reconocer que necesita un tratamiento específico, no porque seamos debiluchos, flojos, pobres, nooo, es porque no nos pueden tratar de la misma manera, primero no nos pueden seguir tratando como nos han tratado y segundo no puede seguirse tratando al campesinado igual que a la gran industria, agroindustria que tiene mucho poder de todo tipo, entre esos poder financiero. Entonces el diálogo, como cultura requiere muchísimo trabajo, descentralizado” (Promotor, AgroSolidaria,

Colombia, mayo de 2016).

Las distancias geográficas que los separan y los canales de comunicación que utilizan para la circulación de la información se convierte en un elemento que no favorece la articulación entre los distintos procesos organizativos. Esta problemática quedó evidenciada luego del *“Primer Encuentro Peninsular de iniciativa alimentarias y de semillas nativas y criollas por la soberanía alimentaria y el desarrollo local²⁰”* en donde la participación de diversas organizaciones ubicadas en el sureste mexicano se reconocieron como parte de una misma lucha, pese a que nunca habían reconocido la presencia del otro.

Como veremos más adelante, son varias las estrategias que se vienen implementando en torno a la posibilidad de visibilizar los procesos en contextos más amplios y, de esta manera, aunar esfuerzos en torno a la posibilidad de transmitir las demandas y reivindicaciones del campesinado. Al mismo tiempo, reconocemos en esta problemática la posibilidad de generar formas de incidencia que van más allá de los escenarios políticos convencionales y que reivindican prácticas y conocimientos críticos y propositivos que no se aprecian a simple vista. Por lo tanto, es necesario analizar estos procesos a partir de las transformaciones que vienen gestando desde los territorios, desde la cotidianidad, ya que es allí en donde estas experiencias logran incidir de maneras más contundentes y en donde se pone en juego la forma en que se transmite el sentido de continuar resistiendo desde la memoria y la realidad del campesinado.

“Es que lo que ellos realmente están esperando con los procesos no es solamente ir a sembrar una lechuga y comérsela ¡no, no, no! Ellos están buscando más, eso es una herramienta, pero de ahí para allá tiene unos procesos sociales que les están dando sentido, están alimentando su estructura social, sus procesos políticos de territorio de una manera diferente y la excusa es la lechuga, y de eso el gobierno no se ha dado cuenta, ese es el potencial que no le ven a estos procesos, creen que están sembrando una lechuga para comer lechugas, y ellos no están haciendo eso, ellos están haciendo un proceso de resignificación, de formación política totalmente diferente a lo que ya no permite el gobierno enseñar en los colegios, porque nuestros jóvenes, de política, de crítica social, no tienen nada, porque ya a los

docentes no se les permite tener una postura diferente frente a un gobierno, pero eso es lo que sí están logrando en su comunidad y llevan a sus niños y son formadores de formadores, entonces es una muestra de que ellos sí pueden incidir en la política de una manera muy fuerte y muy transformadora y positiva porque eso es lo que le falta al país, tener jóvenes críticos sociales y políticamente formados y que conozcan” (Actores externos, Colombia, junio 2016)

Este relato final integra en el debate sobre la incidencia y el reconocimiento político elementos que permiten por un lado reconocer que el campesinado es un actor políticamente activo, en donde sus actividades van generando formas diversas de reivindicación y visibilización en los contextos locales. Sin embargo, frente a su posibilidad de incidir en escenarios más amplios de toma de decisiones y diseño de políticas públicas la negación a la que se ve expuesto el campesinado se convierte en un obstáculo para su participación. En ese sentido, el reto principal para alcanzar escenarios más amplios es necesario que el campesinado, sus formas organizativas, territorios y propuestas, sean reconocidas por el estado.

Quizá de los problema estructurales que más afectan al campesinado sobresalen aquellos asociados al acceso y tenencia de la tierra, que como mostramos en el capítulo anterior, se caracterizan por la desigualdad, la inequidad y la informalidad. Las experiencias analizadas son un reflejo de las diversas formas de tenencia de la tierra; en Colombia sobresale la propiedad familiar y heredada, así como también algunas unidades de producción arrendadas o cedidas bajo diversos acuerdos informales, consecuencia de los procesos de desplazamiento a causa de la violencia sistemática contra el campesinado como producto del avance de la agroindustria y los megaproyectos extractivistas y el conflicto armado. De allí que muchos de los participantes de las organizaciones campesinas en Colombia han llegado a zonas rurales en donde la única opción ha sido la renta de la tierra, y para aquellos que se han reubicado en contextos urbanos, han encontrado en la agricultura urbana una alternativa.

“Yo tengo tres desplazamientos, uno del Huila, yo siendo recién nacido en el 55, perdiendo todo, después mis papás se trasladaron al Meta y allá crecí, y fui

nuevamente desplazado por la violencia, radicado en Cabrera y ahí trabajamos con las organizaciones comunales, campesinas, hacíamos asamblea ahí en el sindicato y organizábamos diferentes actividades y reuniones y luego fui desplazado de allá, a través de un montaje que me hizo el ejército y me vine a Bogotá y me vinculé a trabajar con una organización que se llama ANDAS, una organización de víctimas de desplazados” (Promotor, Mercados Campesinos, Colombia, junio de 2016)

Pese a que para el contexto mexicano, los conflictos sociales también han sido determinantes para la desintegración de las comunidades indígenas y campesinas, dentro de los participantes de los casos seleccionados no se identificaron situaciones de desplazamiento forzado, ni tampoco una relación directa entre los procesos organizativos y el fenómeno de la violencia que acecha al país. En estos casos predominan las pequeñas unidades de producción, en su mayoría familiares y privadas, a excepción de un grupo de mujeres que participan del Tianguis Artesanal y Agroecológico de José María Morelos, quienes han recuperado algunos espacios colectivos otorgados a partir de un acuerdo constitucional denominado “Unidad Agrícola Industrial de la Mujer –UAIM²¹” (Costa, 1995).

Al mismo tiempo, fenómenos asociados a la violencia en ambos países y a la migración -por motivos diversos-, en el caso mexicano, han incidido en la configuración de los procesos productivos y en las formas de participación de los integrantes de las unidades de producción. En el contexto colombiano, hombres, mujeres y jóvenes campesinos han tenido que sufrir las consecuencias de una guerra que no les pertenece.

Es indudable lo que la guerra ha hecho en el campo, primero que se quede sin jóvenes, o porque se recluta o porque se mata y lo segundo es que quien queda a la cabeza de la familia es la mujer, porque el hombre es al que llegan a matar, al que se llevan, y la mujer ha sido más inteligente y ha hecho una resistencia callada, ella se queda, trabaja sola, protege sus hijos, y muchas veces tiene que desterrarlos y desarraigarlos, pero ella se queda allá. (Productor, Mercados Campesinos, Colombia, junio de 2016)

En el contexto mexicano, los participantes identifican la migración como uno de los fenómenos que más ha incidido en la configuración del campo. Dentro de las familias campesinas, en los diferentes contextos en los que se ubican, es recurrente que algún miembro de la familia haya migrado, principalmente a Estados Unidos, y a ciudades principales o turísticas. Los casos más ilustrativos se ubican en las experiencias que del estado de Quintan Roo -Tianguis el Mayab y el Agroecológico de José María Morelos- donde la mayoría de los jóvenes, motivados por la presión que ejerce el turismo a gran escala se han desplazado a una de las principales zonas turísticas del país: la Riviera Maya, con la ilusión de conseguir empleos bien remunerados.

“El problema es que los jóvenes, estudian la secundaria y migran, se van. Casi todos los jóvenes de esta zona tienen en su imaginario otra cosa. Ir a Cancún o a Playa del Carmen, o incluso irse a Estados Unidos, pero la mayoría se ven en el futuro trabajando en un hotel, les llama mucho esa idea de irse fuera de la comunidad” (Actores externos-Promotor, Mayab, México, junio de 2017).

Para los participantes, estas situaciones son resultado de la ausencia de apoyos y garantías para el campo, de la ausencia de canales de comunicación entre el campesinado y la autoridades locales, regionales y nacionales. Al tiempo, los participantes identifican en los intereses electorales (cada cuatro años en Colombia y seis en México) un repentino interés y reconocimiento de las desigualdades y necesidades del campo, así como también logran hacerse visibles cuando el descontento de las y los campesinos se expresa a través de movilizaciones, paros, manifestaciones y toma de espacios públicos, entre otros, en donde generalmente se suman demandas de estudiantes, profesores, sindicatos, entre otros grupos de apoyo (escenario que asociamos más al contexto colombiano). Todas estas situaciones son resueltas con mesas de diálogos, acuerdos y promesas que se desvanecen con el tiempo, hasta la siguiente efervescencia colectiva.

En ese orden de ideas, los cambios de autoridades, el clientelismo y la burocratización, se han convertido en realidades que inciden en la configuración de estas experiencias. Al tratarse de procesos que inauguran diferentes espacios dentro de los contextos locales, en muchas ocasiones los diálogos y relaciones con las autoridades se convierte en una de las principales estrategias, sin embargo, ante coyunturas, cambios de

autoridades o implementaciones de nuevos programas, crean un escenario de incertidumbre que interfieren con las prácticas organizativas y productivas y que se reflejan generalmente, en la sesión de espacios públicos, la infraestructura, la regularidad de los encuentros, los apoyos para el transporte, entre otras consecuencias. Estas situaciones comunes, reflejan la ausencia de estrategias que fortalezcan la autonomía de los procesos que se vienen gestando y la falta de voluntad política de quienes gobiernan para reconocer la importancia del campesinado en las diferentes esferas, lo que ha generado que se afiance una sensación de incertidumbre frente las transiciones políticas de cada contexto, debilitando de esta manera formas de incidencia que logren desafiar el orden establecido.

Sin embargo, algunas expresiones de resistencia se manifiestan a partir de movilizaciones y de la organización campesina y popular. Por un lado ubicamos los paros agrarios realizados en Colombia en 2013 y 2016, en donde se le exigía al gobierno el cumplimiento de los acuerdos y mayores garantías para el campo. Otra expresión de la capacidad organizativa del campesinado, se sitúa en medio de las montañas que rodean el municipio de Socotá, donde los asociados de AgroSolidaria, en su rol de miembros de la comunidad, lograron detener el avance de una minera que pretendía iniciar excavaciones en las inmediaciones del principal nacimiento de agua del municipio. Pese a buscar formas de diálogo que impidieran el avance de la minera, cada vez eran más las maquinarias y personas que se asentaban en el pueblo. Ante el rechazo de las demandas planteada por la población, y luego de varias reuniones y estrategias de acción, lograron detener el avance de la minera, no sin antes quemar algunas de las máquinas y el comedor de los trabajadores. Como resultado de estos hechos, los habitantes del pueblo están siendo procesados judicialmente por intento de homicidio y daños a propiedad ajena.

Estos ejemplos, son una expresión de las injusticias que deben enfrentar campesinas y campesinos, situaciones que por lo general se desconocen en los contextos urbanos en los que se ubican los espacios de comercialización y en donde la ficción de la justicia, la solidaridad y el respeto no se involucra en las realidades de quienes defienden, cuidan y trabajan la tierra.

Finalmente, pero no menos relevante, son los tratados de libre comercio que han firmado ambos países y cuyas consecuencias perjudican a pequeños y medianos productores.

“Los tratados de libre comercio son un apolítica de patentes de corso que le da el estado al gran capital internacional para que ingrese al país y arrase con la economía productiva nacional. Hoy Colombia, de ser un país autosuficiente antes del 1980 hoy, depende 80% de producción importada porque ha quebrado al campo” (Promotor, Mercados Campesinos, Colombia, junio 2016)

“Lo que existe es una política totalmente hostil contra el pequeño y mediano productor a través de los tratados de libre comercio. Varios sectores de la economía están quebrados porque dejan entrar productos de mala calidad y a precios con los que no se puede competir, entre esos el maíz, entonces imagínese el resto, si ese es nuestro principal alimento” (Promotor, Mayab, México, junio 2017).

A las problemáticas que hemos mencionado y que se entrelazan entre sí, se le debe agregar el papel que juega la puesta en marcha de un modelo agroalimentario que defiende los privilegios de las grandes cadenas de supermercados, los grandes terratenientes y los proveedores de insumos tóxicos que afectan a consumidores y comunidades enteras. Al mismo tiempo, se trata de un modelo que niega al campesinado y su capacidad de abastecer de alimentos los centros urbanos y rurales.

Como mencionamos en los primeros capítulos, este modelo agroalimentario estimula la fragmentación del campesinado, poniendo en duda su heterogeneidad, cooptándola y planteando escenarios a los que el campesinado deben aspirar a llegar para continuar desarrollando su actividad productiva. Al respecto, es preciso mencionar la facilidad con la que este modelo logra arrebatar el sentido con el que las experiencias han sido creadas para integrarlas a una estructura regida por la competencia y el egoísmo.

5.4 Estrategias diversas a problemáticas similares.

“Hay que ver como el campesino sí resuelve problemas, los suyos y los de otros” fue uno de los comentarios de un líder campesino de Colombia, el cual se confirma a lo largo de este apartado en donde abordaremos las estrategias que diseñan los

participantes de las experiencias analizadas en busca de alternativas que les permitan resolver las diversas problemáticas que deben enfrentar.

Las estrategias que presentamos se articulan con las problemáticas presentadas en el apartado anterior, por lo tanto, previo al desarrollo de cada uno de los ejes de análisis, presentamos un esquema en el que se aprecia la forma en que cada una de las estrategias identificadas se vinculan con diversas problemáticas. Al mismo tiempo, observamos problemáticas comunes en donde no todas las experiencias han logrado diseñar estrategias que les permita enfrentarlas y resolverlas, en ese sentido, este apartado constituye un diálogo entre las experiencias analizadas a partir del cual será posible retroalimentar los procesos que vienen generando.

5.4.1 Prácticas organizativas: fortalecimiento de líderes territoriales, planes de retiro y espacios de diálogo y participación

Tabla 25: Síntesis estrategias y problemáticas prácticas organizativas

	Colombia				México		
	Mercados Campesino	AgroSolidaria		Alternativo de Puebla	José María Morelos	Mayab	Macuilli Teotzin
		Bogotá	Socotá				
Formas de participación	<ul style="list-style-type: none"> • Espacios de diálogo- circulación de la información • Comités internos/grupos asociativos 						
Espacios de diálogo							
Relevo organizacional	Se plantea como problema pero no existen estrategias	Planes de retiro para líderes		Se plantea como problema pero no existen estrategias			
Tipo de liderazgos	Fortalecimiento líderes territoriales				Muy concentrado en actores externos (académicos)		

Fuente: Elaboración propia

Las problemáticas identificadas frente a esta etapa se centran en el tipo de liderazgos, sus trayectorias y vínculos con el campo, en la ausencia de espacios de diálogo y los escasos procesos de relevo generacional. Sobre estos ejes, las estrategias analizadas han diseñado estrategias que apuntan al fortalecimiento de líderes territoriales, fruto de algunas estrategias fallidas de centralización de las decisiones y de la importancia que adquiere afianzar procesos desde los territorios en los que se ubican los productores. También identificamos la emergencia de diversos espacios y mecanismos de diálogo, así como algunas propuestas que buscan incidir en el relevo de los líderes.

Como ya hemos mencionado, las experiencias ubicadas en Colombia se caracterizan por la participación de organizaciones de base campesina, sin embargo, ante los procesos de centralización de las actividades organizativas, se implementaron estrategias que permitieron recuperar la confianza entre los integrantes de las organizaciones. Para ello fue fundamental, en el caso de Mercados Campesinos, la generación de espacios de diálogo en los territorios, el intercambio de ideas, saberes, conocimientos e inquietudes, que permitieran identificar intereses comunes dentro de cada territorio, pero que además logran ser compartidas en espacios más amplios. De manera similar, cada una de las experiencias ha identificado en estos espacios la posibilidad de afianzar los procesos organizativos, tomar decisiones de manera colectiva y plantear nuevas propuestas.

Tanto en el Tianguis del Mayab, como en el de José María Morelos, al final de cada día de mercado se destina un espacio para intercambiar ideas y tomar decisiones. En el Alternativo de Puebla, se realizan reuniones periódicas, asambleas cuando es necesario tomar decisiones de manera colectiva y reuniones extraordinarias cuando alguno de los participantes lo solicita. Finalmente, en el Macuilli Teotzin, se realizan reuniones los lunes después de los días de mercado entre los líderes regionales, quienes tienen la responsabilidad de transmitir los mensajes a los demás participantes. También, una vez al año se realiza una asamblea en la que participan los productores y transformadores de las diferentes regiones que integran el mercado para tomar decisiones en torno a las fechas, la ubicación, la infraestructura y hacer un balance general de las actividades.

En torno a la circulación de la información, los encuentros presenciales también han permitido afianzar los espacios de diálogo, en la medida que sirven de escenario para el encuentro de campesinos y campesinas de diferentes regiones, entre quienes circula información de diferentes temas, que posteriormente es compartida entre las comunidades y territorios en los que se ubican.

Por otro lado, la emergencia de espacios de diálogo y formación política ha sido uno de los mecanismos que ha permitido afianzar los procesos organizativos. Dentro de estos espacios se recogen las demandas de los participantes y se logran traducir en

reivindicaciones sociales, políticas y económicas, a las que se van integrando categorías que les permitan disputar otro tipo de escenarios, como por ejemplo la defensa por la soberanía alimentaria, por la tierra y el territorio, por el reconocimiento político del campesinado, entre otras. Sin embargo, la forma en que se integran las demandas y reivindicaciones a cada proceso permite identificar algunas diferencias.

El caso de AgroSolidaria, al ser una Confederación a nivel nacional, representada en seccionales en diferentes regiones del país, además de incorporar principios de horizontalidad, autonomía y descentralización, identificaron -a partir de intercambios con procesos organizativos de otros países de América Latina- la importancia de vincular a partir del nombre a las diferentes seccionales, pero manteniendo la autonomía y la descentralización frente a la toma de decisiones y de los procesos territoriales que se llevaban a cabo.

Otra estrategia que permitió afianzar el proceso organizativo de AgroSolidaria, ha sido el diseño de grupos asociativos que giran en torno a las etapas de producción, transformación, distribución, consumo y financiamiento, y cuya función ha permitido compartir las actividades y las problemáticas asociadas a cada etapa. Estas estrategias, también han sido puestas en marcha por las experiencias mexicanas, en donde se han diseñado comités integrados por los participantes, en sus diferentes roles, con el objetivo de compartir las responsabilidades y tareas que demanda cada proceso.

En torno a los procesos de relevo organizacional, pese a que es algo que todas las experiencias se plantean, AgroSolidaria es la única experiencia que ha implementado una estrategia concreta. Este proceso ha planteado la necesidad de presentar un “plan de retiro” en el que líderes de cada una de las seccionales, anuncien no solamente el tiempo en el que van a ceder el liderazgo, sino que promuevan la participación de nuevos líderes para dar continuidad a los procesos de cada seccional.

Finalmente, las experiencias analizadas han desplegado estrategias que han permitido resolver principalmente las problemáticas asociadas con los liderazgos y los espacios de diálogo por donde circula la información, recurriendo a los recursos y posibilidades de sus participantes. Por otro lado, se observa que el tipo de vínculo, especialmente de

los promotores, con el campo continua siendo uno de los retos que deben enfrentar, especialmente las experiencias ubicadas en México. Al mismo tiempo, cobra importancia los esfuerzos de AgroSolidaria por plantear como un eje central dentro de la estructura organizativa la necesidad de generar proceso de relevo generacional, problemática común entre todas las experiencias, pero ante la cual no se han diseñado estrategias.

5.4.2 Prácticas Productivas: Estrategias diversas en torno a espacios de diálogo y aprendizajes colectivos

Tabla 26: Síntesis estrategias y problemáticas prácticas productivas

	Mercados Campesino	AgroSolidaria		Alternativo de Puebla	José María Morelos	Mayab	Macuilli Teotzin
		Bogotá	Socotá				
Procesos de transición productiva	<ul style="list-style-type: none"> Prácticas de producción orgánicas /agroecológicas <ul style="list-style-type: none"> Prácticas de producción orgánicas Rescate de productos y recetas 						Prácticas de producción orgánicas
	Escuelas campesinas						
	•Grupos asociativos						
Procesos de certificación – sellos	Formas alternativas de evidenciamiento					Certificación Participativa	Certificación Participativa (avalada por la ley)
	<ul style="list-style-type: none"> Principio de la buena fe Valor de la palabra 			Certificación participativa			
Diversificación de cultivos	Orgánico						
	Implementación de prácticas y técnicas agroecológicas						
Transmisión del conocimiento	Encuentros – intercambios – diálogos de saberes			A través de los procesos de certificación participativa			
	Escuelas campesinas		Grupos asociativos				
Relevo generacional	Escuelas campesinas		Herederos y herederas AgroSolidarias	Se contempla como un tema relevante, pero no se han diseñado estrategias concretas			
Cambio climático	Problemática común frente a la cual la estrategia ha sido buscar formas de adaptación.						

Fuente: Elaboración propia

Una de las principales estrategias que han diseñado estas experiencias se ha centrado en la consolidación de espacios en donde los participantes logren intercambiar ideas, prácticas, experiencias y conocimientos, este tipo de espacios han permitido abordar diversas problemáticas entre las que se destacan procesos de aprendizaje que incentiven la transmisión de conocimientos, la implementación de procesos de transición productiva y la integración de jóvenes dentro de las actividades productivas y

de transformación. Al mismo tiempo la integración de diversos participantes dentro de los procesos de certificación ha permitido integrar diversos elementos dentro de su implementación.

En torno a los procesos de aprendizaje, el caso más ilustrativo se vincula a Mercados Campesinos, se trata de un proceso paralelo dinamizado por 65 organizaciones campesinas y sindicales reunidas en Federación Nacional Sindical Unitaria Agropecuaria (Fensuagro) articuladas con la Vía Campesina y la Coordinadora Latinoamericana de Organizaciones del Campo (CLOC) quienes en mayo de 2017 inauguraron el Instituto Agroecológico Latinoamericano María Cano, con el objetivo de,

“Formar jóvenes campesinos y campesinas, indígenas y afrodescendientes de Colombia como tecnólogo superior en agroecología que contribuyan al fortalecimiento organizativo de sus comunidades de origen así como del fortalecimiento e impulso de procesos productivos agrícolas y pecuarios fundamentados en la agroecología. Posibilitando un epicentro de intercambio de conocimientos en la lógica de campesino a campesino de procesos agroecológico con las comunidades vecinas y las organizaciones de la CLOC/Vía Campesina” (Lanzamiento IALA María Cano, Colombia, abril 2016).

Si bien esta estrategia no surge como una alternativa de todas las organizaciones involucradas en el proceso de Mercados Campesinos, su emergencia permite proyectar diversos procesos a nivel local, regional y nacional, logrando atender aspectos productivos y organizativos.

De manera similar, AgroSolidaria ha diseñado espacios que permiten articular procesos productivos a nivel local. Una de estas estrategias se ha denominado “Territorios de Aprendizaje”, cuyo objetivo es “Consolidar una herramienta para el desarrollo de capacidades y el escalonamiento de innovaciones, a partir de la gestión del conocimiento local, que pone en valor buenas prácticas y experiencias innovadoras acumuladas por talentos locales, comunidades y organizaciones rurales” (AgroSolidaria, 2018).

Otro espacio similar que han establecido son las “Escuelas de Mutualismo Agrario” desde donde se propone, “crear y fortalecer procesos de organización y gestión

basados en la ayuda mutua y el trabajo colaborativo para establecer circuitos económicos solidarios en los renglones agroalimentario, artesanal y de agro y eco turismo” (AgroSolidaria, 2018). Además las “Escuelas Agroecológicas” cuya finalidad es fortalecer “los sistemas productivos de las familias agricultoras asociadas a las seccionales y de su entorno cercano, [...] para solucionar problemáticas concretas y desarrollar alternativas de producción con menores impactos en el entorno natural que les rodea” (AgroSolidaria, 2018)

En el contexto mexicano, a raíz de la implementación de prácticas de producción orgánica promovidas por la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos (REDAC), estas experiencias han diseñado procesos de certificación participativa, que han servido para consolidar espacios en los que los productores comparten sus conocimientos con el objetivo de mejorar los procesos productivos de los compañeros. Adicionalmente, a excepción del Alternativo de Puebla, las otras experiencias cuentan con el acompañamiento de las universidades que los apoyan, lo cual ha servido para dar continuidad a los procesos de transición y resolver aspectos puntuales en torno a la producción.

La certificación participativa, se ha posicionado como una estrategia determinante, en donde si bien los productores no deben incurrir en los costos que representan las certificaciones por agencias privadas, si supone otro tipo de retos y restricciones para su participación. El caso más ilustrativo lo ubicamos en el Macuilli Teotzin, en donde la posibilidad de dar continuidad a los procesos de la REDAC en torno a la certificación participativa, ha dado lugar a que esta experiencia sea la primera en el país en lograr certificar productores orgánicos con el reconocimiento de las dependencias de gobierno encargadas de emitir las certificaciones (SAGARPA²² y SENASICA²³), esta estrategia será ampliada y discutida en el capítulo 6.

Otras experiencias, como el Alternativo de Puebla y el Mayab, pese a haberse integrado a la REDAC, decidieron generar sus propios procesos de certificación, alejados de los organismos de control y vigilancia que de muchas maneras logran incidir en la configuración de los procesos. De esta manera el Alternativo de Puebla ha diseñado uno de los procesos de certificación participativa más reconocido en todo el

país, en donde uno de sus principios se basa en el reconocimiento de las diferentes formas de producir de sus participantes, de la heterogeneidad de contextos en los que se ubican y de los retos -y riesgos- que supone someterse al control de los procesos productivos, contribuyendo de esta manera a incentivar procesos de transición en los que se reconocen los tiempos y dificultades que pueden llegar a enfrentar los productores. Sin embargo, vale la pena mencionar que para algunos de los participantes, la posibilidad de tener una certificación avalada por los organismos de control es una prioridad, fundada sobre la posibilidad de abastecer espacios en donde la certificación es un requisito.

Otra estrategia exitosa ha sido la diversificación de la producción, a partir de la cual han logrado mitigar el impacto de las plagas, el clima y el precio del mercado. Pero también, la diversificación ha incentivado el rescate de productos, saberes y conocimientos culturales asociados al uso que le dan a los alimentos, a las preparaciones y recetas, a su uso en ceremonias y espacios tradicionales ancestrales. Frente a esta estrategia se destaca el papel que ha jugado la licenciatura en gastronomía de la Universidad del Caribe, desde donde han motivado a los productores del Mayab a recuperar los saberes y sabores que se han estado olvidando a causa de una dieta homogeneizada, llegando incluso a transformar los hábitos de las comunidades rurales.

Finalmente, con el objetivo de hacer frente al desarraigo y migración de los y las jóvenes del campo hacia la ciudad, además de las escuelas campesinas que mencionamos al comienzo de este apartado, queremos resaltar la estrategia que han diseñado desde AgroSolidaria con la intención de involucrar a niños y niñas con las actividades del campo, a recuperar la relación con la tierra y la naturaleza. Para ello, en las diferentes seccionales del país han puesto en marcha un programa denominado “herederos y herederas agrosolidarias”, en donde además de promover el relevo generacional se generan procesos de complementariedad en donde los ancianos comparte sus experiencias y los más pequeños sus inquietudes, dando lugar a un diálogo intergeneracional muy prometedor. Para las otras experiencias, el proceso de relevo generacional pasa por la posibilidad de demostrar que las actividades del campo pueden generar ingresos, para ello la búsqueda de mercados, de posibilidad de

transformar materias primas y alejarse de los canales convencionales, se convierten en los principales mecanismos para atraer a los más jóvenes.

“En la organización campesina hay escuelas de formación para jóvenes, y lo que se intenta hacer es mostrarle a los jóvenes productores, a los hijos de los productores, que a partir de programas que generan eficiencia económica, el campo se vuelve eficiente, porque la gente no se queda en el campo es porque no tiene plata, pero si usted puede ofrecer canales de comercialización justos y usted lo puede hacer con gusto, la gente se queda. Pero digamos que el campo se está despoblando, por eso es que digo que Mercados Campesinos tiene una gran oportunidad” (Promotor, Mercados Campesinos, Colombia, junio 2016)

5.4.3 Prácticas de comercialización, intercambio e intermediación

Tabla 27: Síntesis estrategias y problemáticas prácticas de comercialización, intercambio e intermediación

	Mercados Campesino	AgroSolidaria		Alternativo de Puebla	José María Morelos	Mayab	Macuilli Teotzin
		Bogotá	Socotá				
Acceso a espacios de comercialización / canales complementarios	Diversificación canales de comercialización Mercados mayoristas Tiendas de barrio	Intercambios entre seccionales		Mercados similares	Mercados locales dentro de las comunidades		Desde 2018 han generado mercados regionales
		Participación en procesos similares en Bogotá					
		Fortalecimiento de mercados locales					
		Intercambio entre productores Flujo y acceso a la información					
Temporalidad de los encuentros	Se ha mantenido la misma temporalidad durante el tiempo que llevan activos						
Acceso a transporte	Apoyos externos	Intermediación solidaria Apoyos externos				Apoyos externos	
Vías y medios de acceso							
Distancia a mercados							
Presencia de intermediario y percepción frente a la intermediación	Se reconoce y participan en algunos canales complementarios	Participan como parte de los procesos		Participan sin autodenominarse intermediarios	Se niega su participación No identificamos funciones de intermediación		
		Debe ser incluido dentro de las prácticas			Se reconoce su importancia, pero no se estimula su participación		

Mecanismos y fijación de precios	Se toma como referencia el precio del mercado convencional Esfuerzos incipientes por diseñar mecanismos de precios	Acuerdos sobre estabilidad en los precios entre consumidores y productores	Se toma como referencia el precio del mercado convencional Esfuerzos incipientes por diseñar mecanismos de precios
---	---	--	---

Fuente: Elaboración propia

Esta etapa representa las mayores problemáticas para los productores, por lo tanto, una de las prioridades en la búsqueda de estrategias se ha centrado en necesidad de diversificar los canales de comercialización, para lo cual el flujo de información entre los participantes, el fortalecimiento de mercados locales y la puesta en escena de la intermediación cobran un papel importante. Al mismo tiempo, algunas estrategias como la posibilidad de generar herramientas de negociación con los intermediarios, se ven relegadas por la intención de privilegiar los intercambios directos que como veremos no siempre logran resolver el tema de comercialización para los productores.

Dentro de las experiencias analizadas, las estrategias que giran en torno a esta etapa han estado enmarcadas dentro de una negación y/o estigmatización del intermediario (Roldán y Gracia, en prensa). En el caso de Mercados Campesinos se buscó desde el principio eliminar la intermediación, reconociendo las desigualdades y abusos que existen, y viendo además al intermediarismo como una actividad motivada por la acumulación, en la que el intermediario tiene una posición dominante sobre el campesinado,

“El punto central del intermediario es el capital, el interés que lleva y de ahí no lo cambia nadie, porque haga de cuenta cuando están negociando intermediarios así con campesinos, el campesino por decir tiene 10 racimos de plátano entonces a veces no le compra por kilo sino por racimo y un racimo pesa 15 kilos entonces le dice te doy 7 mil por ese racimo y si no pues mire a ver qué hace, entonces uno mira y uno sabe que el tipo no está con la situación del campesino, quiere joderlo” (Productor, Mercados Campesinos, Colombia, junio 2016).

A partir de estas reflexiones, el proceso de Mercado Campesinos se enfocó en el fortaleciendo de los mercados presenciales, lo que permitió que los productores

interactuaran con los consumidores y con el paso del tiempo fueran adquiriendo habilidades que les permitiera negociar con los intermediarios por fuera de este espacio.

“Mercados Campesinos no copa toda la capacidad que ellos tienen, ellos tiene que seguir trabajando siempre con el intermediario, por eso los y las campesinas al venir a la ciudad, al venir a participar, también aprendieron a comercializar con algunas herramientas que van adquiriendo, alguna vez dimos talleres, pero donde realmente aprenden es en la interacción. Porque ellos saben que el intermediario no les paga lo justo, pero pues de todas maneras ellos si continúan con su relación con los intermediarios de los municipios porque pues, el hecho de que no haya mercado no quiere decir que no sigan en su actividad, pues que también ellos se dan cuenta” (Promotor, Mercados Campesinos, Colombia, junio 2016)

Adicionalmente, es recurrente que durante los días de mercado, los productores realicen acuerdos entre ellos, en ocasiones sin necesidad de usar el dinero como medio de cambio. También es común que los productores asuman funciones de intermediación, en la medida que acopian productos de otras regiones para comercializarlos en las regiones en donde viven. Este tipo de intercambios da lugar a procesos de complementariedad territorial y permite garantizar la venta total de la producción.

“La gente a partir de ese proceso le gustó mucho por el intercambio con otras comunidades, en un parque se encontraban campesinos del Tolima, del Meta, de Boyacá y Cundinamarca y entonces los de por acá con los de Boyacá hacían trueque, de allá se traían la papa, y aquellos se llevan a el plátano, el aguacate. Esa era una de la fortalezcas del proceso ya se hacían hasta clientes. Y entonces eso dio lugar a que consumieran muchas cosas desconocidas por los campesinos de acá y así se fue convirtiendo en una tradición, que al final de los mercados se intercambian todo” (Promotor, Mercados Campesinos, Colombia, junio 2016)

Adicionalmente, como una estrategia para enfrentar la intermitencia de los encuentros y reducir la cantidad de productos que deben vender a los intermediarios, Mercado Campesinos diseñó estrategias de venta en las tiendas de barrio, los restaurantes y sin

mucho éxito con escuelas, hospitales, cárceles y batallones del ejército, a este canal le llamaron canal mayorista. Sin embargo, en ausencia de medios de transporte propios, una vez terminados los acuerdos que les brindaban recursos, estos canales fueron cada vez más reducidos.

A partir del fin de los acuerdos con las autoridades locales, muchos productores tuvieron que volver a negociar con los intermediarios, ahora con otro tipo de herramientas y acceso a la información que les permitió cambiar las condiciones, sin embargo, no fue suficiente ya que en muchas ocasiones existe un solo comprador en cada zona o los pocos que hay se ponen de acuerdo en los precios, reproduciendo nuevamente las desigualdades.

Al mismo tiempo, a partir de los encuentros presenciales, los productores lograron construir redes y vínculos con actores externos, lo que les ha permitido participar de otros espacios emergentes en la ciudad, particularmente aquellos productores que cuentan con vehículos propios. También ha sido determinante el acceso a la información y para ello el uso de las redes sociales (Facebook, WhatsApp) ha significado una estrategia de comunicación que ha permitido dinamizar los procesos de comercialización. También, como mencionamos anteriormente, los procesos organizativos han venido fortaleciendo los intercambios locales, reactivando espacios de comercialización que habían sido desatendidos.

En relación a los precios, Mercados Campesinos no logró afianzar un mecanismo que les permita alejarse del mercado convencional, por lo tanto, el precio de los alimentos, tomaba como referencia las tiendas y supermercados cercanos para luego establecer un rango sobre el cual los productores podrían decidir el precio final. Este mecanismo, llevo a que el precio de la mayoría de los productos estuvieran generalmente por encima del mercado convencional, situación que distanciaba a algunos consumidores.

Frente a la posibilidad de reconocer la intermediación como una estrategia, la mayoría de los participantes coinciden en la importancia de las funciones que cumplen los intermediarios, sin embargo, para poder favorecer al campesinado es necesario que se exploren otras formas de intermediación que reconozcan el esfuerzo de los productores y las características de los productos. De lo contrario, podríamos estar ante escenarios

en donde las grandes cadenas de distribución acopian de manera directa -“sin intermediarios”-, pero reproduciendo los mismos mecanismos de acumulación, al respecto uno de los líderes del proceso menciona:

“Los Mercados Campesinos han dado experiencias en el tema de la intermediación en cadenas cortas, no se puede eliminar la intermediación pero también esa intermediación hay que especializarla y no que voy a pasar una papa por 9 manos, eso no tiene sentido y no tiene sentido aún más si al campesino le están pagando ni la tercera parte de lo que la van a vender acá ; en Bogotá! Y luego eso genera una imagen de que el campesino está podrido en plata porque está cobrando mucho por su producción, pero no, el man ni le están pagando y menos cuando trabajan con grandes superficies que pagan a 90 días y les devuelven la mitad de la producción” (Promotor, Mercados Campesinos, Colombia, junio 2016).

En ese sentido, para Mercados Campesinos, la comercialización sigue siendo un reto en el que se ponen en juego diversas estrategias y esfuerzos para su transformación. Sin embargo, ante las coyunturas y la ausencia de redes de apoyo más amplias, los productores se ven forzados a negociar con los intermediarios.

En el caso de AgroSolidaria, las estrategias se caracterizan por el contexto en el que se ubican. AgroSolidaria-Bogotá se ubica en un ámbito urbano, lo que ha dado lugar a que la estrategia que se diseñe esté vinculada a plataformas virtuales, en las que se da a conocer la oferta de los productos dos veces a la semana y los consumidores arman sus canastas a través de la página de internet o correo electrónico. Si bien, para los promotores de este espacio esta estrategia ha sido exitosa, en la medida que han aumentado el número de consumidores, la posibilidad de tener un espacio permanente es una de las metas a mediano plazo. Al mismo tiempo, desde esta seccional han logrado vincularse con experiencias similares, en donde una vez al mes participan de mercados presenciales.

El caso de AgroSolidaria- Socotá es particular, principalmente porque se ubica en un contexto rural en donde la mayoría de los participantes son de origen campesino, esta característica se manifiesta en el tipo de intercambios que se realizan. La mayoría de los participantes integran los grupos asociativos para la producción de café, huevos y

frutales, de tal manera que la comercialización se logra realizar de manera colectiva. Para ello, se acopia y se envían pedidos a las tiendas locales, a las seccionales que comercializan sus productos y para el consumo de los productores. Sin embargo, en esta experiencia los productores también han mantenido su relación con los intermediarios para circular parte de la producción.

En relación al precio, AgroSolidaria ilustra un mecanismo diferente al de la mayoría de las experiencias analizadas.

“El productor pone el precio en algunos casos hacemos talleres de costos por que se estaban dando en la cabeza y como el intermediario siempre es el que les compra muchas veces no saben los precios ni los costos. Entonces lo que intentamos es establecer un precio fijo, por lo menos durante el año y que sí hay variación que sea por costos, sequías, precio del combustible, que sean reales. Eso garantiza que el comprador se sienta tranquilo por lo que está comprando y el precio no varía y que el productor no esté preocupado por si los precios bajan o suben, sabe que durante todo el año se garantiza el precio. La idea es poder negociar, básicamente los productores si ven que tienen que renegociar nos lo dicen, pero no promovemos el alza de precios, porque también es algo que hemos venido mirando y es que existe una tendencia a pensar que todo tiene que aumentar y eso hace que la vida en la ciudades se vuelva mucho más costosa cuando realmente, ni el alimento, ni muchas de las cosas que producimos acá tendrían por qué subir. Entonces lo que buscaríamos en algún momento es que los precios no solo tiendan a estabilizarse, sino a bajar y que más personas puedan consumir estos productos, y que la producción agroecológica no solo esté al alcance de sectores de estrato 4,5,6 que son los que tenemos, porque apenas tenemos tres personas estrato dos, la idea es que el precio baje para que todos puedan comprar los alimentos, ese es nuestro objetivo, entonces tampoco creemos que toque subir todos los años, a bueno subí la inflación entonces hay que subirle a todo, eso no lo hacemos” (Promotor, AgroSolidaria, Colombia, junio 2016).

Esta perspectiva explora la percepción del precio desde otra lógica, permite plantear alternativas que busquen alejarse de parámetros convencionales que fluctúan constantemente, y que como menciona el líder de AgroSolidaria, en un escenario en el

que la distancia que existe frente al modelo agroalimentario es una característica, los precios también deberían alejarse de esos mecanismos.

En términos de los proceso de intermediación, esta experiencia ha logrado vincular de manera exitosa a los intermediarios, reconociendo como un eje transversal la posibilidad de generar precios justos para consumidores y productores y márgenes justos para los intermediarios. Para ello, los intermediarios participan activamente de las decisiones y de los procesos organizativos, integrando de esta manera sus perspectivas y problemáticas.

En el contexto mexicano, la situación de las experiencias vinculadas con instituciones académicas es muy similar en cuanto a la intermitencia de los encuentros y situaciones como las temporadas de vacaciones. Al respecto, cada experiencia ha diseñado estrategias que les permita abastecer otros canales de distribución, sobresale el caso del Tianguis Agroecológico de José María Morelos, en donde los productores se han vinculado de manera constante con un café -propiedad de exalumnos de la Universidad intercultural Maya de Quintana Roo-, quienes prestan su espacio para vender algunos de los productos. Recientemente se plantearon la posibilidad de vender canastas una vez a la semana, exclusivamente a la comunidad académica, ofertando los productos y recibéndolos a través del correo institucional.

Estas estrategias han permitido circular parte de la producción de manera continua, reflejando la relación que existe con las instituciones académicas, llegando incluso a incidir en la implementación de estrategias favorables para los productores. De acuerdo con algunos de los participantes, durante un tiempo lograron vincularse con intermediario que se encargaba de comercializar sus productos en diferentes zonas de la Riviera Maya. Sin embargo, para algunos de los promotores este tipo de estrategias no favorecía a los productores, ni a la posibilidad de eliminar la intermediación, lo que dio lugar a que se interrumpiera dicho vínculo. Esta situación refleja la incidencia de los promotores en el diseño de las estrategias, y pese a que los productores han logrado fortalecer los mercados locales continúan manteniendo vínculos con los intermediarios.

“Tuvimos un contacto muy bueno en Puerto Morelos, muuuy bueno, pero ellos lo vieron como un intermediario, para mí nos frenó como proyecto. Teníamos la

oportunidad de vender allá y ellos que no, que era un intermediario y que no estábamos listos. Yo no estoy de acuerdo, yo creo que tuvimos la oportunidad y la perdimos. Yo creo que este señor hubiera encontrado la manera, necesitaba ayuda. Para mí era parte del movimiento. Él dijo que quería que lo ayudáramos, fue a la comunidad, luego lo podías ver en su triciclo dando a las escuelas, a las tiendas, y aquí no dejaron, decían que eso era un negocio, y que así pagara bien él iba a ganar, yo pensaba: también los productores están ganando, no por eso se pueden perder esas relaciones". (Académico, José María Morelos, México, junio 2017).

En torno a los precios, pese a que también se toma como referencia el mercado convencional, el precio final es más bajo. Esto como consecuencia del contexto en el que se ubican, en donde los consumidores toman sus decisiones basados principalmente en el precio. De acuerdo algunos de los productores, si no fuera de esta manera, solo los maestros de la universidad se acercarían a comprar.

"Si comparas los precios del tianguis con los del mercado, hay una lucha, lo que hacíamos nosotros como proyecto, era que íbamos al mercado y preguntábamos precios, porque varían mucho y llegábamos con las comunidades y les decíamos a como estaba y también que no lo podían vender más caro que en el mercado, igual o menos, pero era algo más entre nosotros, pero de ahí algo que empezó a pasar era que los productores se querían aprovechar y de repente daban más caro que en el mercado y así ya a nadie le convenía y la gente se dio cuenta y dejaban de venir, y empezamos a platicar y le fueron bajando, pero los costos, si te veían cara de profesor te vendían más caro, pero eso es un proceso de concientización, tiene que haber un proceso de cambio, tampoco podemos juzgarlos, es el reto de aprender juntos, no de etiquetarlos, ni juzgarlos, pero es ir viendo cómo solucionar" (Promotora - académica, José María Morelos, México, junio 2017).

Vale la pena mencionar que este comportamiento del consumidor, se diferencia entre los consumidores urbano y rurales. En el caso de las experiencias que se ubican en contexto urbanos, a pesar de que también toman como referencia el precio del mercado convencional, el precio final es mayor, sin que represente una baja en el número de consumidores. Es decir, los precios son puestos por una suerte de experimentos

sociales, en el que la disposición a pagar es el principal parámetro, sin embargo, no se generan transformaciones que permitan que el número de consumidores no solo aumente, sino que se diversifique, especialmente entre diferentes sectores de la población.

En el tianguis del Mayab, pese a que la intermitencia y los periodos de vacaciones son aspectos que inciden en los procesos de comercialización, no han generado estrategias complementarias, por lo tanto, los productores han tenido que buscar otros canales de comercialización, generalmente vinculados a intermediarios.

En el Macuilli Teotzin, a partir de la problemática que representa la intermitencia de los encuentros, han consolidado vínculos con actores locales en diferentes regiones del estado de San Luis Potosí, en Ciudad Valles y Matehuala, con el objetivo de construir circuitos de comercialización que además de ser directos, reducen las distancias.

Lo que planteamos es consolidar dos sucursales nuevas, Matehuala y Ciudad Valles y así poder generar cadenas mucho más cortas que las que ya tenemos, la cadena corta existe porque es productor consumidor, pero el circuito corto no lo logramos, porque tenemos distancias grandes todavía y esperamos poder consolidar estos dos y hacer una red de Tianguis (Promotor-académico, Macuilli Teotzin, México, julio 2017).

En torno a la definición de precios, esta experiencia ha intentado poner en práctica algunos mecanismos basados en el costo de producción y las distancias, sin embargo, para algunos productores aún es un reto poder definir los precios bajo estos mecanismos y continúan teniendo como referencia el precio del mercado, sin embargo, el objetivo de esta experiencia es fijar precios a partir del lugar y la escala de producción.

“Los costos de producción están determinados por la distancia y por la escala, entonces si tú tienes una escala pequeña tus costos de producción pueden ser menos competitivos que una gran empresa que tiene más superficie, que consigue insumos más baratos porque compra volumen, pero no pueden invertir más que de lo que van a ganar, entonces están en el límite, usando los insumos mínimos para mantener su unidad de producción, pero sin comprometer su ganancia, entonces más o menos se va dando entre ellos ese

equilibrio, no es la oferta y la demanda la que determina el precio, sino que tiene que ser de manera transparente para que cualquier consumidor que quiera saber de dónde viene el precio lo pueda conocer y muchos de los casos el precio es más bajo que lo que el convencional o al menos igual con la ventaja que le estás dando el beneficio al productor y eso es lo que el consumidor empieza a visualizar y empieza a pagar y a preferir, ya no es solo que sea orgánico, sino que saben que están ayudando a los productores y por ahí lavan sus culpas (Promotor, Macuilli Teetzin, México, julio de 2017).

Este relato tiene un elemento que retomaremos más adelante, y es la percepción del consumo como una oportunidad para “lavar las culpas”, lo que en realidad supone algunas contradicciones con la posibilidad de transformar los procesos productivos, en la medida que se visualiza al consumidor como un instrumento y no como un actor relevante, reafirmando la fragmentación entre productores y consumidores, pese a que sea a través de intercambios directos. Adicionalmente, se perciben estos espacios como esferas del mercado diseñadas para quienes acepten los precios como una forma de ayuda.

En torno a la intermediación, nuevamente existe una percepción opuesta entre los participantes y los promotores, mientras que para estos últimos la intermediación debe ser eliminada, los participantes afirman que es necesaria. Esta situación, generalizada entre los casos analizados, permite visibilizar la forma en que las trayectorias de promotores, productores y transformadores incide en la configuración de los diferentes procesos.

En el Alternativo de Puebla convergen varias estrategias individuales y colectivas, así como percepciones en torno al intermediario. En primera instancia, esta experiencia ha logrado, después de superar varios obstáculos (capítulo 3) realizar encuentros de manera periódica, esto ha permitido afianzar un grupo de consumidores continuos que garantizan a los productores la venta de sus productos. Sin embargo, también han emergido estrategias individuales motivadas por la obtención de precios más altos. Estas estrategias están vinculadas con la participación de algunos productores en otro tipo de espacios adjetivados como solidarios, justos, orgánicos, pero en los que no se generan transformaciones más amplias (ver capítulo 6), lo que ha permitido que los

productores vendan gran parte de su producción a consumidores de ingresos altos, generando un desabasto de algunos productos en los espacios de comercialización promovidos por estas experiencias.

También, ante la posibilidad de participar en otros espacios de comercialización, algunos de los productores han integrado a familiares dentro de este tipo de actividades con el objetivo de participar en más de un mercado. Esta estrategia se reproduce entre productores entre los que hay lazos cercanos, constituyendo uno de los principales mecanismos de solidaridad entre productores y que ubicamos dentro de la posibilidad de generar formas de intermediación solidarias.

“Hay algunos mercados a los que yo ya no voy, solo van mis hijas, porque nos repartimos, vamos a diferentes lados, yo el sábado voy a Jalapa, en la Universidad Veracruzana, facultad de artes plásticas, y a Ecatepec, Veracruz. El sábado en la unión de cafetaleros de la región y ellos son los que organizan el mercadito en el salón del grupo. Entonces nos vamos repartiendo para poder vender más” (Productor, Alternativo de Puebla, México, julio 2017).

Respecto a la intermediación, los productores reconocen su importancia bajo ciertas condiciones,

“El intermediario es necesario siempre y cuando sea un intermediario justo porque entonces beneficia al productor y al consumidor, porque si por ejemplo, dejamos que solo las grandes cadenas comercialicen lo orgánico pues ellas ponen unos precios fatales, carísimos, hemos visto por ejemplo dos toronjas por 70 pesos, es una exageración, pero en cambio, como lo hacemos nosotros movemos nuestra producción y sacamos nuestra producción a un precio más competitivo, lo movemos más rápido y al mover productos de otros compañeros, ahora sí que le ofrecemos al cliente un mayor surtido para que pueda, si no consigue todo lo que necesita, si conseguir una gran cantidad de lo que ocupa para su semana a un precio que incluso a veces estamos debajo del precio convencional y sobretodo lo orgánico no varía tanto, el precio de lo orgánico no está sube y baja con la oferta y la demanda” (Productor-intermediario, Alternativo de Puebla, México, julio 2017).

En esta experiencia vale la pena resaltar la función de uno de los participantes, quien además de ser productor, se ha convertido en un intermediario. De esta manera apoya a los demás productores, en la medida que compra los excedentes que no lograron vender, al mismo precio que los ofertan y bajo acuerdos comunes de pago, generalmente de contado.

“Yo apoyo a los compañeros comprándoles lo que les queda, le pago de contado porque no tiene caso que compres a crédito, o sea, nos ponemos en el lugar de los productores, porque además somos productores, y tú sabes, si a veces estas al día, no se vale que le quieras pagar dentro de 15 días y lo sabemos porque nosotros hemos estado ahí, sabemos lo que significa, habían ocasiones que nos querían comprar la caja de mango a 30 pesos !No inventes! A eso ni siquiera sale el jornal de un trabajador para que te corte la caja de mango y son 10 pesos de la caja y son casi 3 horas para llenar una caja, entonces no te sale a 30 pesos llenar la caja y así se maneja el campo mexicano. Lamentablemente no hay mucho apoyo de parte de las autoridades, y ahora con lo orgánico nos estamos volviendo unos delincuentes prácticamente, nos tienen en la mira” (Productor - intermediario, Alternativo de Puebla, México, julio 2017)

Al mismo tiempo, la participación de los productores de este tianguis ha consolidado otro canal liderado por uno de los productores, quien también acopia parte de la producción de los compañeros para circularlos por un canal alternativo denominado Rizosfera,

“La rizosfera era la idea de poder hilar la red, ponerle reglas para que funcionara, buscar una comunicación directa con las personas a las que les venderíamos, la cual se dio a través de WhatsApp, resulto que por WhatsApp comercializamos las cosas, porque por ahí a pesar de todo es una red más directa en la que todos sabemos todo y nos comunicamos desde el teléfono, sin necesidad de internet, todos tenemos WhatsApp ahora” (Productor, Alternativo de Puebla, México, julio 2017).

Finalmente, es preciso mencionar la forma en que en todas las experiencias analizadas, se dan intercambios entre los productores, algunas veces sin necesidad de utilizar dinero, lo que plantea la posibilidad de generar intercambios no monetarios entre los

participantes. En esa misma sintonía, ubicamos lo que podríamos denominar remesas del campo a la ciudad, representadas en intercambios en especie que se dan dentro de los núcleos familiares, especialmente entre familias que tienen a sus hijos o hijas estudiando en zonas distantes. Es común que los fines de semana vayan a visitar a sus familias y de regreso vuelvan con costales llenos de comida para toda la semana, sin dinero, muchas veces sin empleo, estudiantes, pero tiene tierra y familia, y esas remesas no ingresan a ningún registro, pero si son una expresión de las estrategias familiares para resolver necesidades.

5.4.4 Prácticas de consumo

Tabla 28: Síntesis estrategia y problemáticas prácticas de consumo

	Mercados Campesino	AgroSolidaria		Alternativo de Puebla	José María Morelos	Mayab	Macuilli Teotzin
		Bogotá	Socotá				
Formas de participación	La participación es muy limitada	Prosumidores		<ul style="list-style-type: none"> • Visitas a unidades de producción • Certificación participativa 			
Hábitos de consumo	<ul style="list-style-type: none"> • Rescate de productos tradicionales • Campanas para visibilizar el impacto de la agroindustria 						
Acceso a la información consumidores							Vallas, pendones
	<ul style="list-style-type: none"> • Talleres, charlas y actividades de involucramiento • Redes sociales 						

Fuente: Elaboración propia

Las estrategias que identificamos y que buscan transformar las prácticas de consumo coinciden en la búsqueda de espacios de análisis de la realidad a través de los cuales sea posible compartir diferentes tipo de información relacionada con los efectos de la industria alimentaria. Observamos como las estrategias más recurrentes, talleres, visitas y campañas informativas las cuales buscan principalmente incidir en los hábitos de consumo y en el acceso a la información. También identificamos algunas estrategias en las que se pretende involucrar de manera activa a los consumidores, una dentro de los procesos de certificación y otra a partir de la idea de que todos los participantes deben tener como objetivo involucrarse como productores y consumidores, convertirse en prosumidores (Toffler, 1979)

Una estrategia común ha sido integrar actividades a los encuentros presenciales dirigidas a diversos tipos de consumidores, rangos de edad e intereses. Se realizan talleres de cocina, de elaboración de manualidades, de agricultura urbana, charlas de nutrición, meditación, control de emociones, entre otras. También con el ánimo de involucrar a niños y niñas se han realizado obras de teatro, títeres y talleres de pintura. Así como también algunos espacios dedicados a personas mayores en donde se han realizado charlas sobre la importancia de la actividad física, de la alimentación y de la actividad mental.

Entre las experiencias analizadas, la más sobresaliente en torno a estas estrategias ha sido el Alternativo de Puebla, en donde los consumidores participan activamente de este tipo de actividades. Adicionalmente, como una crítica al consumismo que se genera en torno al “buen fin”²⁴, han venido realizando de manera paralela “el buen trueque”, actividad en la que se estimulan intercambios no monetarios entre los participantes.

Otra estrategia han sido las campañas que permiten visibilizar el impacto de la industria alimentaria y de las grandes cadenas de distribución, así como la importancia del campesinado como productor de alimentos y custodio de semillas, prácticas y conocimientos. Para ello, en Mercados Campesinos, además de las actividades, se diseñaron campañas que promovían el consumo bajo el lema “no damos puntos pero damos ñapa”, haciendo referencia a una práctica frecuente en la que los productores agregan un poco más de producto a la compra final.

También, es común que algunas experiencias realicen actividades que involucran visitas a las unidades de producción. Esta estrategia ha servido para dinamizar los procesos de certificación participativa en los que algunos consumidores se han involucrado activamente. Sin embargo, su participación en este tipo de actividades, están basadas en la validación de los procesos. Al mismo tiempo, la implementación de otras formas de “evidenciamiento” han logrado afianzar la propuesta de garantizar que los procesos productivos no han sido expuestos a insumos tóxicos. Pero además, también buscan recuperar la confianza y la honestidad entre las y los participantes,

reconocer que la ausencia de tóxicos es tan solo una de las virtudes que pueden tener los productos.

Adicionalmente, como estrategia complementaria para incidir en los hábitos de consumo, la oferta de productos regionales ha servido para motivar a los consumidores a incluir nuevos alimentos en sus dietas. Principalmente a partir del rescate de alimentos locales, para lo cual se han implementado estrategias que permitan dar a conocer sus propiedad, formas de preparación y degustación.

Las redes sociales -Facebook y WhatsApp- han servido para compartir información relacionada con las actividades, con la oferta de productos y sus beneficios, además de ser un espacio de interacción con los consumidores, quienes a través de estas plataformas plantean preguntas y sugerencias.

Finalmente, la propuesta de AgroSolidaria de considerar a consumidores y productores como prosumidores, en la medida que logren integrarse de manera activa tanto en el consumo, como en la producción, si bien tiene límites dentro de los contextos urbanos en los que se ubican las experiencias, puede ser un punto de partida para generar otro tipo de estrategias que permitan evitar la fragmentación entre producción y consumo, la cual trae implícita la separación campo-ciudad. En ese sentido, repensar el consumo como la posibilidad de la posibilidad de nuevas relaciones sociales, requiere también integrar nuevas prácticas y marcos de referencia para su análisis.

5.4.5 Prácticas para la articulación y vinculación: Instituciones académicas, organizaciones internacional, autoridades locales y procesos complementarios

Tabla 29: Síntesis estrategias y problemática prácticas articulación y vinculación

	Mercados Campesino	AgroSolidaria		Alternativo de Puebla	José María Morelos	Mayab	Macuilli Teotzin
		Bogotá	Socotá				
Tipo de vínculos	<ul style="list-style-type: none"> • Vínculos con procesos complementarios • Vínculo con autoridades locales 			Vínculos con procesos complementarios	Vínculo con autoridades locales		Vínculo con instancias oficiales
	Vínculo con instituciones académicas				Vínculo <i>fuerte</i> con instituciones académicas		

Apoyos de agencia internacionales				
Nivel de incidencia del tipo de apoyos con las problemáticas planteadas				
	Vínculos con procesos complementarios	Vínculo con autoridades locales / instancias oficiales	Vínculo con instituciones académicas	Apoyos de agencia internacionales
Temporalidad de los apoyos	Los tipos de vínculos no generan transformaciones frente a la temporalidad, ni tampoco frente a la construcción de procesos que permitan mayores grados de autonomía			
Tipo de proyectos	Permite mayores grados de decisión frente al tipo de proyectos y alianzas	Suelen estar atadas a determinadas condiciones	Permite mayores grados de decisión frente al tipo de proyectos y alianzas. Sin embargo en ocasiones puede estar muy vinculado a los programas e intereses institucionales	Existen diversos tipos de apoyos, algunos dirigidos a proyectos y otros que buscan el fortalecimiento de acuerdo a lo que decidan las organizaciones
Dependencia	Existe una relación de dependencia frente a los apoyos. Especialmente aquellas vinculadas con instituciones académicas			

Fuente: Elaboración propia

La posibilidad de acceder a apoyos y vínculos externos se ha convertido en uno de los mayores retos para la experiencias analizadas, principalmente por las problemáticas que señalamos anteriormente -la temporalidad de los apoyos, la dependencia que genera y por el tipo de proyectos que se promueven. Para enfrentar estas problemáticas las experiencias han diseñado estrategias que les permita crear o reafirmar sus vínculos con instituciones académicas, generar lazos con autoridades locales y agencias internacionales. También observamos que persiste una relación fuerte con los programas de gobiernos, sin embargo este no genera mayores transformaciones a las problemáticas, a diferencia de los vínculos con procesos similares y/o complementarios, que como veremos se constituye en la estrategias a partir de la cual logran incidir en las problemáticas planteadas.

La relación con las instituciones académicas se encuentra presente en todas las experiencias analizadas, sin embargo, en cada una ha representado relaciones y procesos diferentes. En Colombia, el vínculo de las universidades con el proceso de Mercados Campesinos permitió generar líneas de investigación en torno a desafíos estratégico del proceso entre los que sobresalen temas acceso a canales de

comercialización, organización y asociatividad, políticas públicas, multifuncionalidad de la economía campesina, y participación de las mujeres (Acosta, 2013; Reina, 2013; Parrado, 2014; Chaparro, 2013; Zarama, 2014). Este tipo de vínculo permitió implementar otro tipo de estrategias dentro de las unidades de producción y del proceso de comercialización.

Para AgroSolidaria, la relación con instituciones académicas le ha permitido participar de espacios de diálogo en donde se visibiliza el proceso que vienen consolidando y por lo tanto fungir como interlocutores entre el campesinado y otro tipo de actores que convergen en espacios académicos. También se han generado vínculos con estudiantes que les ha permitido experimentar en campo diferentes procesos productivos.

En México, el vínculo con las universidad ha sido mucho más evidente, como estrategia ha servido para permanecer activos, principalmente por las facilidades de acceder a un lugar y a infraestructura adecuada. Sobresale el vínculo que se ha generado con algunas áreas de conocimiento, donde el caso más relevante ha sido el del Mayab y la facultad de gastronomía en donde con el apoyo de los maestros se han logrado diseñar estrategias que les permita recuperar alimentos tradicionales a partir de la elaboración de platillos. También, dentro del vínculo con las universidades sobresale la inclusión de programas de servicio social dentro de algunas de las actividades de los mercados (logística, difusión, apoyo a productores, actividades complementarias), esta estrategia ha estado muy presente en las experiencias mexicanas, ya que el servicio social es obligatoria en nivel de licenciatura.

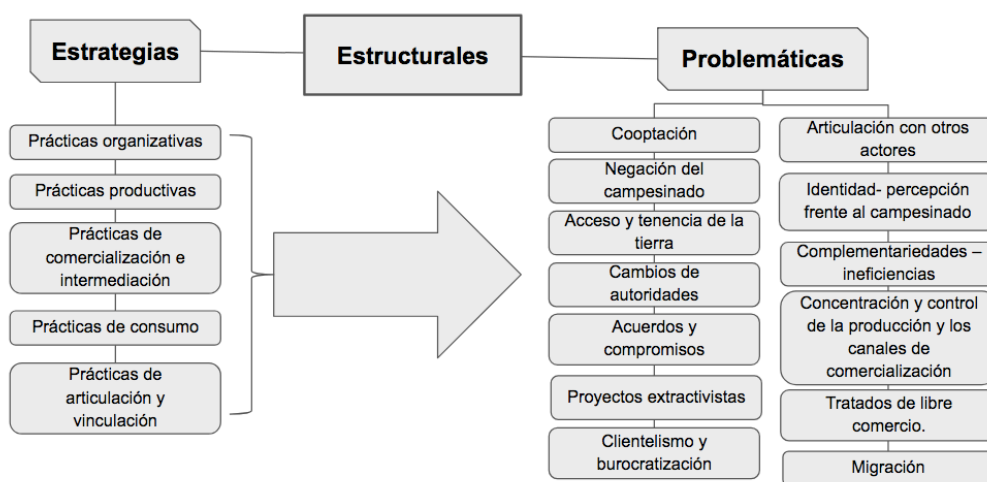
El vínculo con las autoridades locales y con organismos de apoyo constituye una estrategia temporal e incierta, sin embargo para las experiencias analizadas les ha permitido tener periodos de relativa estabilidad, por lo que continúa siendo uno de los mecanismos en los que buscan apoyo. Frente a este tipo de apoyos, algunas experiencias como AgroSolidaria han identificado como elemento clave lograr apoyos que se adapten a los procesos que implementan, y no que los productores deban adaptarse a los proyectos que les presentan. Esta postura les ha permitido fortalecer proceso productivos que respondan a los intereses de los campesinos, así como a las

condiciones geográficas y alejarse de los programas que condicionan las actividades productivas dentro de los territorios a través de apoyos dirigidos a productos o actividades específicas. Esta postura permite reivindicar la territorialidad del campesinado, y más si tenemos en cuenta que esta muchas veces se encuentra adaptada a los intereses empresariales, esta discusión se amplía en el capítulo 7.

El vínculo con procesos complementario ha sido una de las estrategias que les ha permitido explorar nuevas oportunidades a los participantes. Siendo la única estrategia que logra transformar las relaciones de dependencia y la incertidumbre de la temporalidad, logrando mayor control sobre el tipo de proyectos y vínculos que logran afianzar. Finalmente, las estrategias en torno a los apoyos y vínculos reflejan la importancia de consolidar procesos que no dependan de manera constante de actores externos. Para ello, es importante que los apoyos puedan servir para potenciar procesos productivos, y no tanto como apoyo ocasional que resuelva problemas inmediatos, que como ya vimos, pueden llegar a debilitar y fragmentar los procesos.

5.4.6 Estrategia para enfrentar problemáticas estructurales

Gráfica 4: Articulación estrategias - problemáticas aspectos estructurales



Fuente: Elaboración propia

Las estrategias que hemos presentado y que se integran a diferentes etapas del proceso productivo, pueden ser interpretadas como la búsqueda de posibilidades frente a

las problemáticas estructurales que las afectan. En ese sentido, las estrategias que han implementado en las diferentes etapas se constituyen en el punto de partida de transformaciones más amplias, las cuales se articulan ocasionalmente con otro tipo de acciones concretas representadas en movilizaciones, bloqueos, protestas y otras formas de resistencia (capítulo 7).

Por lo tanto, las estrategias que diseñan estas experiencias frente a las problemáticas estructurales, se ponen en juego dentro de las prácticas, actividades y relaciones que se dan en torno a estos procesos. En ese sentido, el fortalecimiento de los líderes territoriales, la implementación de prácticas agroecológicas, los espacios de diálogo, las escuelas campesinas, las visitas de las unidades de producción, el rescate de alimentos tradicionales, la rotación, asociación, diversificación y transformación de alimentos, entre otras estrategias, dan cuenta de las posibilidades de cambio que plantean estas experiencias.

Junto a estas prácticas convertidas en estrategias, se le suman algunas expresiones de lucha y resistencia representadas en movilizaciones, bloqueos y paros, especialmente en el contexto colombiano. Una de estas expresiones se vivió en Colombia durante las dos primeras semanas de junio del 2016, tiempo que coincidió con el trabajo de campo de esta investigación y partir del cual se lograron recoger algunas impresiones. En este caso en particular participaron algunas de las organizaciones que integran Mercados Campesinos y algunas seccionales de AgroSolidaria. Vale la pena mencionar que este paro fue consecuencia de los incumplimientos del gobierno durante el paro agrario de 2013 el cual duró 43 días y paralizó las principales vías del país. De acuerdo con uno de los promotores de Mercado Campesinos,

El paro que está terminado, que duró dos semanas, porque el gobierno ha incumplido los acuerdos del paro anterior, con los cafetaleros, los paperos, los cebolleros, con los transportadores, con todos y eso afecta a todo el campo. Por eso la importancia del paro, porque la gente puede ver que los acuerdos no se han cumplido y nos perjudican. Entonces estos diálogos le exigen al gobierno soluciones hacia la parte rural, a la estabilidad del campesino en las regiones, porque si se siguen incumpliendo a eso súmele la violencia, los desplazamientos el paramilitarismo, los atracos, el robo, entonces la gente no

sabe que está pasando si en televisión dicen que todo está mejorando pero acá estamos cada vez peor. Entonces con el paro lo que se busco fue en principio que se cumplieron un pliego de peticiones y que no se deje al campo a la deriva de este país. (Promotor, Mercados Campesinos, Colombia, junio 2016)

Este tipo de situaciones también se reflejan en contextos locales frente a la defensa del territorio, como mencionamos en el caso de AgroSolidaria-Socotá, se vivió un enfrentamiento con una minera canadiense, dando lugar a movilizaciones entre los habitantes del municipios, reflejando la importancia y la capacidad de la organización popular para enfrentar problemáticas relacionadas con el acaparamiento de tierras, la minería, la contaminación y le negación de quienes habitan los territorios.

Con la minera hay un conflicto fuerte, en 2012 tuvimos un proceso interesante en contra de una multinacional que quería acabar con el nacimiento de agua más grande del municipio y compro el área y quería explotar y todo el pueblo se organizó en las veredas y se hicieron marcha en paz y paros, diciéndoles que no los queríamos, pero la complicidad de alcaldía municipal que se puso del lado de la multinacional y no del pueblo. Ellos eran guardaespaldas de los carros de la multinacional, y a la gente la golpeaban, entonces eso termino en vías de hecho, la gente se cansó de ser pacífica y un día incendiaron el casino, las volquetas, eso fue en febrero de 2012 y ahora nos están llamando a imputación de cargos. Es triste que el Estado que ve a una comunidad que defiende lo propio y le quieran dar la razón a la multinacional. Eso no debió pasar, pero también sabemos que si no se hubiera incendiado el casino esa gente estaría acá o ya habría acabado y tendríamos más multinacionales, entonces les hizo tener miedo, en la prensa salíamos como terroristas. Tuvimos que hacer un paro 15 días parando para que no se metieran, venían minadores, maquinaria pesada, y nos organizamos, hicimos frentes de control y cuando venía maquinaria llamar y no dejarla pasar. Entonces cuando venía la maquinaria echaban un volador y ya la gente salía, era la señal, eso fue algo muy bonito. Pero después paso que la minera puso a la comunidad en contra entre nosotros, porque habían unos trabajadores que eran de la comunidad y los puso a pelear con nosotros, entonces nosotros estábamos en contra del vecino de la vereda que estaba trabajando en esa mina. En esos 15 días de paro no llegaron los medios, no los dejaron venir, nos tocó ir a hacer una

marcha en Tunja y radicar una acción popular y esa la ganamos, en noviembre del año pasado, salió el fallo y falló a favor de la comunidad. La presento un líder que firmo en nombre de la comunidad. Eso es una muestra de que juntos se pueden hacer las cosas, pero esta lo otros que es el partidismo y la politiquería, que cuando eso llega, ya todo cambia. (Productora, AgroSolidaria-Socotá, junio de 2016).

Este tipo de acciones permiten identificar la forma en que frente a problemáticas estructurales se dinamizan diversos recursos que no necesariamente están diseñados para enfrentar problemáticas puntuales, sino que es a partir de la articulación y la acción que se alcanzan cambios más amplios. También reflejo de ello, son las convocatorias realizadas por AgroSolidaria, en las que participan diferentes personas, con el objetivo de recuperar espacios y prácticas como la minga o la mano vuelta, lo que ha permitido la recuperación de molinos de trigo y terrazas de cultivo en algunas regiones del país. Al mismo tiempo, a partir de la articulación con diferentes procesos regionales se plantea la necesidad de definir “Territorios Agroalimentarios Interculturales” que reconozcan la diversidad étnica y cultural que vive y trabaja la tierra en el país.

Finalmente, observamos que muchas de las estrategias implementadas en las diferentes etapas tienen un doble carácter, de un lado, son mecanismos para resolver problemáticas que los participantes identifican, pero que además consideran que tienen los recursos para incidir en su transformación, pero por otro lado forman parte de la plataforma política y de acción independiente de las organizaciones en sus territorios, lo cual se refleja de manera más clara en los procesos cotidianos y territoriales que vienen desarrollando.

Capítulo 6

Comercialización, intercambio e intermediación

6.1 Introducción

Uno de los principales interrogantes que dieron lugar a esta investigación se inspiró en las problemáticas que deben enfrentar campesinas y campesinos y el tipo de estrategias que diseñan para responder a ellas. Si bien como se pudo observar en la presentación del capítulo anterior, existen múltiples problemáticas y estrategias en cada una de las etapas del proceso productivo -desde la producción, hasta el consumo-, consideramos necesario retomar en este capítulo la comercialización, intercambio e intermediación, dado que la emergencia de todas las experiencias que forman parte de esta investigación se vinculan con su resolución. .

El análisis que planteamos en este capítulo busca, por un lado, profundizar en la capacidad que tienen los espacios de comercialización diseñados por los casos analizados para recuperar espacios físicos y simbólicos cooptados por el modelo agroalimentario dominante y, al mismo tiempo, explorar su potencia para afianzar mecanismos de intermediación que favorezcan al campesinado. Adicionalmente, debido a que es en esta etapa en donde la distribución de la riqueza se hace visible, buscamos determinar el papel que juegan en esta etapa los actores del proceso productivo pues si la riqueza se concentra en manos de intermediarios, transformadores o en los organizadores de mercados “alternativos”, entre otros, los y las campesinas estarán cada vez más relegados a posiciones subordinadas o subalternizadas (Fernández, 2012).

En primer lugar analizamos la configuración de los circuitos de comercialización frente al régimen agroalimentario y luego abordamos el tipo de intercambios que inauguran estas experiencias, adentrándonos en dos de las principales estrategias frente a las cuales identificamos posicionamientos diversos: los procesos de certificación y la intermediación. Finalmente, contrastamos estos análisis con la percepción de las personas que participaron en esta investigación con el ánimo de aportar elementos a

las discusiones que suscita la participación/eliminación de intermediarios dentro de las estrategias.

6.2 Los circuitos de distribución alternativos frente al régimen alimentario dominante

Las iniciativas asociadas a agriculturas familiares, campesinas, urbanas y periurbanas buscan recuperar espacios físicos - mercados, plazas, parques- y simbólicos -justicia, equidad, solidaridad, actores campesinos- cooptados o desvalorizados por un régimen agroalimentario global que homogeneiza los sistemas agroalimentarios locales, sustrae la soberanía alimentaria y reconfigura las dietas urbanas y rurales, incrementando de paso la concentración empresarial, tanto de la producción como de la distribución de alimentos, la cual se abastece de las largas cadenas de intermediación local, regional y nacional que estimula dicho régimen (Sevilla, et. al., 2012).

Los actores de este tipo de iniciativas recurren a estructuras preexistentes - organizaciones campesinas, afrodescendientes, barriales, consumidores (Crespo y Sabin, 2014)- que reivindican y defienden procesos económicos, sociales y políticos de base comunitaria, como una forma de garantizar la participación y toma de decisiones colectivas. Estos procesos giran en torno a temáticas como la conservación de semillas, la calidad, el acceso y defensa de la tierra y el territorio, la conservación de las fuentes hídricas, la soberanía y la autonomía alimentaria y la agroecología, entre otras, y utilizan saberes, prácticas, vínculos y recursos para resistir y transformar algunas de las estructuras que los oprimen.

En los últimos tiempos, diversas formas de participación han dado lugar a la emergencia de mercados alternativos, en contextos urbanos y rurales, y con diferentes tipos de actores y participantes que buscan principalmente la transformación de los mecanismos de distribución de alimentos. Para esto, los participantes de estas experiencias han diseñado diversas estrategias que van desde los intercambios directos, las canastas de consumo, los mercados a domicilio y la intermediación solidaria. Al mismo tiempo, algunas iniciativas se han restringido a consolidar un espacio de comercialización mediante la implementación de adjetivos asociados al mercado, buscando generar una diferenciación frente al mercado convencional: locales,

agroecológicos y orgánicos, así como ferias de consumo responsable, de economía solidaria o de comercio justo.

Pese a que estos mercados pueden expresar algunas transformaciones en torno a las formas de producción, consumo e intercambio, para poder valorar sus efectos en cuanto a la democratización de los sistemas agroalimentarios es fundamental identificar las relaciones de intercambio que construyen y el tipo de mercado que generan (Soler y Calle, 2010) pues su emergencia no implica necesariamente la transformación del mercado convencional; inclusive, en ocasiones, se ha observado que sus canales de distribución pueden reproducir prácticas que fortalecen estructuras globales desiguales generadas en torno a elites de consumo, prácticas discursivas asociadas a justicia social y ambiental basada en “juegos de etiquetas” -comercio justo, ambientalmente responsable, buenas prácticas de proveedores- y certificaciones -orgánico, verde o sustentable-, además de los nichos de mercado constituidos por las “falsas soluciones de la economía verde” (Rosset, 2016) que no cuestionan, ni transforman dichas estructuras.

Considerando lo anterior, es importante que en la construcción de alternativas se estimulen complementariedades territoriales y productivas que trasciendan la racionalidad económica e incluyan relaciones más justas y solidarias entre los participantes. La creación de vínculos entre actores locales y regionales va en esta dirección pues amplía la concepción de la distribución de alimentos y los mercados a ella relacionados.

La recuperación de espacios físicos y simbólicos vinculados con la distribución de alimentos que llevan a cabo este tipo de experiencias supone cambios en las lógicas y dinámicas que configuran los sistemas agroalimentarios (Calle, et. al. 2009). Al mismo tiempo, problematiza categorías y discursos recurrentes -intercambios directos, precios justos, precios fijos, comercio justo, entre otros- que resultan cruciales para cuestionar y proponer transformaciones frente al modelo neoliberal (Nicholson, 2013) y los aparentes esfuerzos por erradicar los problemas de la liberalización de un mercado que margina y niega al campesinado.

No obstante las particularidades de los contextos y las trayectorias de las iniciativas, éstas deben afrontar las consecuencias del régimen agroalimentario global, expresado en la participación de grandes corporaciones en las diferentes etapas del proceso productivo, desde el tipo de semillas e insumos químicos (Bayern, Syngenta, BASF, DuPont), infraestructura y transporte (Nestlé, Pepsico, Kraft Foods) hasta la distribución comercial (Walmart, Carrefour y Tesco) (Delgado, 2010; Rodríguez, 2010, Gallar, 2013), además de la implementación de subsidios, flexibilización de leyes, regímenes fiscales, permisos y la presencia cada vez mayor del sector financiero dentro del proceso productivo (Burch y Lawrence, 2009; McMichael, 2015).

De esta manera, se dinamizan procesos de acumulación por desposesión (Harvey, 2004) dentro de los sistemas alimentarios locales, entendidos como una forma particular de sistema productivo organizado en torno a recursos locales específicos (Boucher y Pomeón, 2012), forzando a pequeños y medianos productores a participar del mercado como vendedores de su fuerza de trabajo y no como vendedores de alimentos (Kautsky, 1988); lo anterior se refuerza ante la ausencia de políticas públicas y de mecanismos de apoyo para este tipo de productores e intermediarios, incidiendo en la forma en la que se valora la agricultura y sus principales actores.

Las experiencias analizadas en esta investigación, si bien buscan consolidar procesos de comercialización alternativos y favorables para sus participantes, reflejan percepciones diversas frente a estrategias que inciden en la consolidación de los procesos de comercialización, particularmente identificamos en los procesos de certificación y el papel de la intermediación las mayores diferencias entre las experiencias analizadas. Al respecto, para que un canal de comercialización resulte favorable para los productores, debe mantener un determinado flujo para la circulación de los productos, elemento que no logran resolver la mayoría de los casos seleccionados. Sin embargo, esta situación ha dado lugar a que los productores de manera individual o colectiva, se inserten en otro tipo de mercados y diseñen estrategias diversas, cualquiera que sea la forma en que enfrentan este tipo de situaciones es reflejo de que tanto la diversificación de actividades, como de las formas en que participan del mercado, es producto del contacto con otras realidades y otros participantes (León, et. al., 2003).

6.3 Percepciones frente a las estrategias de comercialización

Un elemento característico de los sujetos e iniciativas que buscan alternativas de producción, consumo e intercambio es su heterogeneidad, de allí que sus modalidades de entender y cuestionar categorías, prácticas y discursos sean diversas. Esto subraya la importancia de afianzarse en relaciones horizontales, solidarias y colectivas que permitan su articulación sin que esto implique ser cooptadas por los discursos hegemónicos pues estaríamos ante un “mecanismo de refugio en los espacios micro-sociales, perpetuando en los espacios mayores un orden excluyente que, por lo mismo, acabaría por diluir esta alternativa en sus meras intenciones” (Max-Neef, 1998:116). En el caso de la distribución de alimentos, esto se evidencia ante la capacidad de la Gran Distribución de “reconstruir cualquier ficción de lo local, de la solidaridad, y de la calidad de los alimentos” (López, 2012:23).

En ese sentido y con el ánimo de recuperar el control de las etapas del proceso productivo, quienes promueven los nuevos escenarios de comercialización e intercambio recuperan postulados de algunas vertientes de la economía social y solidaria (Gracia, 2015) en cuanto a la búsqueda de otros mercados, otras formas de relacionarse y participar en ellos. “Los mercados deben ser entendidos como espacios de intercambio de bienes y servicios en función de la sociedad y no sólo del capital” (Coraggio, 2001:24), donde los diferentes actores logren poner en juego una multiplicidad de estrategias, algunas a favor de los intercambios directos, otras a partir de la posibilidad de generar formas de intermediación solidaria, pero teniendo como referente los contextos locales en los que emergen, las características de sus participantes y el tipo de transformaciones que buscan.

De allí que algunas de estas experiencias se conciben como mercados campesinos (Parrado y Molina, 2014)), alternativos (Santana, 2011; Roldán y Gracia, 2015), locales (MAELA, 2012; Chauveau y Taïpe, 2012) o territoriales (MSC, 2016). En términos generales estos mercados podrían incluirse dentro de los circuitos cortos de comercialización, redes de colaboración solidaria (Mance, 2008) o circuitos económicos solidarios (Lopera y Mora, 2009). A partir de los aportes y los debates planteados por las categorías anteriores, algunas de las iniciativas se han concentrado en fortalecer la

reducción de las *distancias geográficas* y *distancias comerciales*²⁵ (ver Tabla 1), la primera, expresada generalmente en kilómetros y la segunda en el número de intermediarios entre producción y consumo. De ahí el afán por incentivar los intercambios directos y expresar sus virtudes frente a la intermediación; características reproducidas por la industria agroalimentaria que acapara la producción de productores locales a quienes les compra directamente a precios irrisorios.

Lo anterior es elocuente de la necesidad de incluir elementos que tomen en cuenta otro tipo de distancias dentro de los objetivos y estrategias que diseñan este tipo de experiencias. Por ejemplo, la *distancia funcional*, entendida como el poder ejercido por los participantes, la intermediación y las particularidades territoriales; la *distancia cultural*, expresada en las motivaciones, los valores y las relaciones que surgen en los espacios de intercambio o la *distancia dimensional*, asociada al volumen de la producción que se refleja en la cantidad de producto repartido y en el número de unidades de producción o de consumo implicadas (Gallar, 2013).

Tabla 30: Formas diversas para reducir distancias en la construcción de mercados alternativos

Tipo de distancia	Características	Aspectos a considerar
Distancia geográfica	Kilómetros recorridos entre unidad de producción y consumidor final.	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivar mercados locales (producción y consumo local) • Promover intercambios directos. • Posibilidad de acaparamiento de productos locales por parte de grandes distribuidores.
Distancia comercial	Numero de intermediarios entre productor y consumidor final	<ul style="list-style-type: none"> • Promover intercambios directos • Reducir el número de intermediarios • Desarrollar estrategias de intermediación solidaria • Posibilidad de acaparamiento por parte de grandes distribuidores
Distancia funcional	Poder ejercido por los participantes, intermediación y particularidades territoriales	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de decidir sobre producción y consumo • Posibilidad de diseñar estrategias de intermediación favorables para todos los participantes en función de las distancias, las vías de acceso, la edad de los productores, entre otras • Generar estrategias de complementariedad territorial

Distancia cultural	Motivaciones, valores y relaciones que surgen en los espacios de intercambio	<ul style="list-style-type: none"> • Recuperar prácticas y conocimientos locales-tradicionales • Generar estrategias de complementariedad generacional • Diseñar mecanismos colectivos de negociación que no se agoten en el incremento del precio. • Promover formas de intercambios no monetarios
Distancia dimensional	Volumen de la producción, cantidad de producto repartido y número de unidades de producción o de consumo implicadas	<ul style="list-style-type: none"> • Número de familias asociadas o vinculadas • Capacidad de integrar cada vez más familias productoras • Capacidad de ampliar el número de consumidores

Fuente: Elaboración propia basado en Gallar (2013)

Es importante entonces, poder diferenciar entre la producción y circulación de productos alternativos de la producción y circulación alternativa de productos. La primera se orienta hacia la satisfacción de necesidades sin cuestionar las distancia, el origen, el rostro de quienes los producen, el impacto ambiental, entre otros factores. El segundo, intenta generar transformaciones a partir de aspectos como el origen, las distancias, el tipo de relaciones laborales y con el entorno, entre otras. Pueden estar motivadas por consumidores o por productores, su objetivo es generar beneficios para todos los participantes, sin que éstos estén mediados sólo por el beneficio económico.

De otro lado, es importante considerar que las transformaciones planteadas, sin importar los sujetos políticos que las dinamizan, pueden ser articuladas en discursos muy diferentes, y es esa articulación la que les da su carácter, no el lugar del que ellas provienen. Como ya mencionamos, la adjetivación, no implica la transformación, ya que “No hay ningún sujeto -ni, por lo demás, ninguna ‘necesidad’- absolutamente radical e irrecuperable por el orden dominante, y que constituya el punto absolutamente asegurado a partir del cual pudiera implementarse una transformación total” (Laclau y Moufe, 1987:279). Se trata entonces, de construir desde la diferencia, la complementariedad y la resistencia para ir generando las condiciones que dichas transformaciones demandan.

Como ya mencionamos, dentro de las experiencias analizadas encontramos posturas diversas frente a los procesos de certificación, la cual ubicamos dentro de la distancia

funcional, cultura y dimensional, en la medida que refiere a posibilidad del campesinado de decidir sobre el tipo de producción, además de incidir en la conservación de prácticas tradicionales y uso de sus propios recursos, así como también en el diálogo e intercambio de saberes campesinos a partir de la transmisión conocimientos. Por otro lado, identificamos los procesos de intermediación como un elemento central dentro de la dimensión comercial, pero que también como veremos a continuación permite la transformación de los otros tipos de distancias señalados, además de constituir una de las discusiones más relevantes frente a la transformación de esta etapa del proceso productivos y la recurrente mención dentro de estas experiencias por la necesidad de eliminar los intermediarios.

6.3.1 Los procesos de certificación: entre la etiqueta y la confianza

Los mercados seleccionados han implementado procesos de certificación que buscan, además de garantizar la calidad de los productos, generar relaciones de confianza y de cercanía entre productores y consumidores, y establecer formas de comercialización favorables. Para esto, los intercambios cara a cara fungen como una de sus principales virtudes pues ante la ausencia de sellos y etiquetas oficiales el diálogo y la confianza son los principales referentes para el consumidor (Santana, 2008).

A pesar de que para muchos campesinos y transformadores la certificación es una posibilidad de acceder a mercados diferenciados en los que pueden obtener mejores ingresos, son muy pocos los que cumplen los requisitos que obliga la ley. No precisamente por la calidad de la producción que exige, sino por el tipo de infraestructura, tecnología y trámites que demandan los estándares sobre los cuales se diseñan los marcos normativos, que tanto en Colombia como en México, se han diseñado a partir de las normas y estándares exigidos por mercados internacionales - principalmente de Estados Unidos, Unión Europea y Japón.

Mientras los procesos de certificación oficiales se convierten en un mecanismo de exclusión, fragmentación y especialización del campo, los procesos diseñados por quienes integran este tipo de experiencias expresan una postura crítica frente a la lógica de producir alimentos kilométricos con etiquetas que no representan una alternativa para la transformación de los procesos productivos (Tarditti, 2012).

En los mercados analizados se han puesto en práctica diferentes mecanismos de certificación (tabla 31) basados en los contextos, posturas y trayectorias de sus participantes y complementados con intercambios de prácticas y conocimientos entre productores, consumidores y miembros de la comunidad académica (actor relevante y recurrente en este tipo de experiencias).

Tabla 31: Mecanismos de certificación implementados por los mercados analizados

	Colombia			México			
	Mercados Campesino	AgroSolidaria		Alternativo de Puebla	José María Morelos	Mayab	Macuilli Teotzin
		Bogotá	Socotá				
Certificación participativa	<ul style="list-style-type: none"> Existen esfuerzos incipientes para la formalización de este tipo de procesos. Se concibe como un elemento importante 		Diseñada colectivamente a partir de las características de los participantes	Existen estándares de producción a partir de experiencias similares.	Diseñada colectivamente a partir de las características de los participantes	Tomando como referencia la ley de producción orgánica de 2006	
Sellos y etiquetas	Los productores diseñan etiquetas en las que resaltan las características de sus productos, resaltando el origen, el tipo de insumos y sus propiedades					Etiquetas de producción orgánica avaladas por instancias oficiales	
Categorías	<ul style="list-style-type: none"> Remiten a la etapa en la que se ubica cada productor: Orgánico, agroecológico, en transición, convencional. Generalmente existe un distintivo en el espacio de cada productor 						
Vinculados a mercados similares	Es común que productores que han implementado procesos de certificación en mercados similares puedan participar en estos y viceversa						
Confianza	Es un componente principal para realizar intercambios ya que no todos los consumidores se guían por la etiquetas					Si bien está presente, la presencia de etiquetas pone en duda los procesos productivos de algunos productores	
Tipo de producción	<ul style="list-style-type: none"> Promueven la producción agroecológica. Algunos campesinos han incursionado en la producción orgánica Reconocen diferencias entre las dos formas de producir 				Promueven la producción orgánica a partir de los lineamientos de ley.		
Prácticas agroecológicas/ escuelas campesinas	Las formas organizativas en las que participan, desarrollan procesos continuos que promueven espacios de aprendizaje y transición agroecológica entre productores		Reconocen la importancia del aprendizaje colectivo, sin embargo, no han diseñado procesos continuos de intercambio de saberes entre los campesinos. (lo que no significa que no existan por fuera de estos espacios)				
Otras formas de evidenciamiento	<ul style="list-style-type: none"> Visitas a las unidades de producción (días de campo, visitas programadas) Videos, fotos, relatos, talleres Charlas que abordan temas vinculados con el tipo de producción, sus beneficios, características y propiedad organolépticas y nutricionales de los alimentos 						

Fuente: Elaboración propia

Frente a los mecanismos expuestos en la tabla 31, sobresale la experiencia del Macuilli Teotzin por el hecho de contar con el respaldo de instancias oficiales para certificar a los productores. Al respecto, esta posibilidad ha sido fruto del trabajo realizado por el cuerpo académico que acompaña a el proceso y su relación directa con los avances y posturas que se venían generando desde la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos, postura que fue rechazada por muchos mercados que la integraban.

Pese al esfuerzo y el logro de esta experiencia por diseñar un mecanismo avalado por la ley, en la práctica son muy pocos los campesinos que logran cumplir con los requisitos, evidencia de esto es que en marzo de 2018, después de más de dos años de trabajo se logró otorgar el primer certificado de este tipo en México. Esto significa que previo a esta certificación, ya existía una relación de confianza con los consumidores (de más de seis años, que es el tiempo que lleva este mercado) que no estaba mediada por la etiqueta. En ese sentido, si bien su implementación es un logro para un mercado con estas características, también ha generado conflictos y fragmentaciones internas, e inquietudes entre los consumidores. Por un lado, este proceso de certificación está diseñado para productores de hortalizas, frutales, café y miel, principalmente, dejando de lado los productos transformados, que como mencionamos en capítulos anteriores, representan la mayor oferta en este tipo de mercados, pero adicionalmente, para el consumidor se ha planteado un escenario en donde la etiqueta se convierte en un factor determinante para el consumo, desplazando a algunos de campesinos que no han logrado obtener su certificación.

Por otro lado se ubican mercados como el Alternativo de Puebla, en donde se han diseñado procesos de certificación basados en otras formas de “evidenciamiento” - como los conceptualizan los propios actores:

“Nuestro objetivo fue trabajar con un sistema de evidenciamiento que no iba a ser la certificación, sino que íbamos a buscar nuestras propias maneras de evidenciar que somos orgánicos, buscar una comunicación directa con los consumidores, acá dentro del mercado o fuera de él, haciendo visitas y conociendo al productor, lo orgánico está muy basado en la confianza y más en este tipo de mercados” (Productor, Alternativo de Puebla, México, mayo 2016).

En esta misma sintonía los mercados ubicados en Colombia han recuperado como eje de su propuesta, el precepto constitucional de la buena fe -manifestado en el artículo 83 Constitucional- el cual es integrado a partir de la reivindicación de la voz del campesinado:

“Si el campesino me dice que produce limpio es porque está produciendo limpio, es decir, recuperar el valor de la palabra y en Colombia es un precepto constitucional el de la buena fe” (Promotor, Mercados Campesinos, Colombia, mayo 2016)

Pero a la confianza y credibilidad que deben primar en los intercambios se le incorpora la necesidad de politizar las prácticas que giran en torno a la alimentación, entre ellas los procesos de certificación -en el siguiente capítulo ampliaremos la importancia de la politización dentro de estas experiencias. Por lo tanto, lo expresado por un líder y productor campesino en Colombia cobra importancia frente al objetivo que deben tener este tipo de mercados, más allá de la posibilidad de certificar o no los productos, sino que habiliten la reivindicación del campesinado en contextos donde sus prácticas y saberes han sido negadas e invisibilizadas:

“Lo que buscamos es rescatar esos saberes pero con un análisis político muy profundo, que cuestiona la dependencia que se va generando de paquetes [tecnológicos], semillas, mercados donde los que perdemos somos los campesinos” (Productor - promotor, Mercados Campesinos, Colombia, junio 2016).

En ese sentido, ya sea a través de la implementación de procesos de certificación diseñados a partir del marco legal vigente, o del diseño de estrategias propias de cada mercado, o bien a partir de la reivindicación de relaciones basadas en la confianza, el objetivo de estos espacios gira entorno a la transformación y recuperación de los procesos productivos. Sus retos y contradicciones van generando procesos que se adapten a los contextos en los que se ubican y a las necesidades de sus participantes, lo que a su vez les permite tomar distancia de recetas y normas preestablecidas por “expertos” que desconocen las realidades de los contextos en los que se ubican.

Finalmente, como mecanismo de comercialización, podemos decir que si bien la diferenciación de la producción se ha convertido en una de las principales estrategias,

existen mecanismos diversos para evidenciar los procesos que vienen fortaleciendo. Por otro lado, estos mecanismos no pueden restringirse a la categorización de los productos, sino que integran elementos culturales, políticos, económicos, territoriales que deben ser reconocidos por cada uno de los roles que integran estas experiencias. Sin estos elementos, estas estrategias pueden ser interpretada como procesos de convencionalización “en los que los proyectos no sean sino la ampliación y recreación de nichos de mercado hacia consumidores ‘alternativos’” (Calle, et. al., 2011:224) que basan sus estrategias en la diferenciación social, de salud y culto al cuerpo (Soler y Calle, 2010). Se refuerzan así mecanismos convencionales de producción y comercialización de productos alternativos, que se abastecen de procesos de agricultura de sustitución de insumos, uso de tecnologías y concentración de tierras y recursos (Rosset, 2007).

6.3.2 La intermediación en el centro de la discusión

En el régimen alimentario globalizado la intermediación ha contribuido a que la agricultura se transforme en una actividad lucrativa y especulativa en la que los alimentos dejan de ser considerados y tratados como un derecho humano (Nyeleni, 2007) para ser tranzados como mercancías en mercados internacionales. El hecho de que la mayoría de los alimentos circulen y se intercambien por medio del mercado convencional implica otorgarles un valor de cambio expresado en el precio; sin embargo, en los alimentos producidos por pequeños y medianos productores el precio es impuesto por el conjunto de intermediarios que participan de la distribución que, en la mayoría de los casos, aprovecha la ausencia de información y mecanismos de control. Además de distorsiones asociadas al acceso y al precio de los alimentos, con lo anterior se amplían las distancias entre los participantes, los territorios y las posibilidades de transformación de los sistemas alimentarios locales.

Las condiciones desfavorables para los productores y la larga historia de abusos y desigualdades, han estimulado discursos y prácticas que estigmatizan²⁶ el rol del intermediario con el ánimo de despojar a la intermediación de su capacidad de controlar y manipular la información y la producción. En estos discursos los intercambios directos

se asocian a mayores grados de justicia para el productor -generalmente en relación a mejores precios-, dando por sentado que es imposible una intermediación equitativa.

Dentro de las experiencias analizadas, se observa cómo la intermediación cumple funciones específicas para la gran mayoría de los productores, principalmente tareas de logística y distribución -transporte y recepción de productos, almacenamiento, entregas a domicilio- además de tareas no especializadas que realizan los participantes y que no contempla ningún margen comercial. En ese sentido, reconocer que la intermediación logra resolver necesidades específicas, implica generar esfuerzos que conciban su transformación como una prioridad para el fortalecimiento de los sistemas agroalimentarios locales. Para esto, es necesario interpelar políticamente a quienes participan de las etapas de producción, distribución y consumo e incluirlos en procesos que integren características de cooperación, reciprocidad, equidad, justicia.

En consonancia con lo anterior, incluir alternativas a la intermediación no implica hablar de acumulación en su versión capitalista, sino más bien se trata de asignarles tanto valores monetarios a través del precio (Fernández, 2012) como no monetarios a partir de beneficios y virtudes sociales, culturales y ambientales, principalmente porque algunos de los principales problemas que enfrentan el campesinado podrían ser distribuidos o compartidos con otros participantes, resolviendo de esta manera algunas de las ineficiencias más recurrentes -distancias, tiempo de traslado, vías de acceso, falta de transporte y edad de los productores. Es cierto que existen mercados, ferias y puntos de venta que pueden ser atendidos de manera directa por los productores, como lo reflejan las experiencias analizadas, pero abastecer centros urbanos y ciudades intermedias puede llegar a ser muy desgastante física y económicamente.

Las estrategias utilizadas por los casos seleccionados muestran la complementariedad que existe entre los intercambios directos y distintas formas de intermediación más equitativas, incluyentes y de fácil acceso para los productores, al tiempo que muestran diversos procesos complementarios que favorecen las estrategias de comercialización e intercambio. Es así que, pese a los esfuerzos se enfoquen en los intercambios directos estas experiencias diseñan herramientas que permiten inaugurar nuevos

canales de comercialización de la mano de actores solidarios y en algunos casos manteniendo la relación con intermediarios convencionales (tabla 2).

Tabla 32: Resumen de las características principales de comercialización e intermediación en los casos de estudio

		Tipo de producción que se promueve	Canales de comercialización e intercambio	Percepción intermediario en el discurso	Relación con el intermediario en la práctica
Colombia	Mercados Campesinos		<ul style="list-style-type: none"> • Mercados presenciales • Canal mayorista (tiendas de barrio) • Canal institucional • Intercambios entre campesinos 	<ul style="list-style-type: none"> • Promueven la eliminación del intermediario y la consolidación de canales mayoristas 	<ul style="list-style-type: none"> • A pesar de participar en esta experiencias, la mayoría de los campesinos y otro tipo de participantes se vinculan de formas diversas con diversos tipos de intermediarios
	AgroSolidaria - Bogotá	<ul style="list-style-type: none"> • Campesina • Agroecológica • Orgánica 	<ul style="list-style-type: none"> • Venta por pedido • Plataformas virtuales • Vía telefónica • Mercados presenciales • Intermediación solidaria • Punto de distribución solidarios 	<ul style="list-style-type: none"> • Plantean la posibilidad de formas de intermediación favorables, solidaria y justas 	
	AgroSolidaria - Socotá		<ul style="list-style-type: none"> • Intercambios entre campesinos • A través de seccionales AgroSolidaria 		
México	Alternativo de Puebla	<ul style="list-style-type: none"> • Agroecológica • Orgánica 	<ul style="list-style-type: none"> • Mercados presenciales y complementarios • Plataformas virtuales • Intermediación solidaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Promueven los intercambios directos. • Reconocen la posibilidad de intermediarios solidarios 	
	Macuilli Teotzin	<ul style="list-style-type: none"> • Orgánica 	<ul style="list-style-type: none"> • Mercados presenciales 	<ul style="list-style-type: none"> • Se promueven los intercambios directos. 	
	Tianguis Agroecológico de José María Morelos	<ul style="list-style-type: none"> • Agroecológica 	<ul style="list-style-type: none"> • Mercados presenciales • Tienda solidaria • Canastas 		
	Tianguis el Mayab	<ul style="list-style-type: none"> • Orgánica 	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado presencial 		

Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo

Como se observa, en todas las experiencias existen campesinos que deben vincularse con diferentes tipos de intermediarios para lograr circular la mayor parte de la producción. Recordemos que una de las principales problemáticas de estas experiencias es la intermitencia y la imposibilidad de vincular por este tipo de canales toda la producción de los participantes. A excepción de AgroSolidaria, que reconoce y plantea estrategias organizativas frente a la intermediación a partir de la inclusión de

esta etapa dentro de sus estrategias, y del Alternativo de Puebla que ha venido explorando estrategias similares, las otras experiencias plantean dentro de sus objetivos que los intercambios constituyen el mecanismo más eficiente para favorecer a los campesinos.

A pesar de las virtudes ya mencionadas que genera el fortalecimiento de los encuentros presenciales, la etapa de comercialización revela algunas problemáticas presentadas en el capítulo anterior, que no logran ser atendidas por este tipo de encuentros. Mencionábamos aspectos relacionados con el acceso a transporte, la edad de los productores y la infraestructura, entre otras.

Frente al transporte, la mayoría de los campesinos deben buscar la forma para desplazarse a los encuentros presenciales, en algunas experiencias se ha logrado contar con apoyos destinados al transporte, ya sea a través del préstamo de vehículos o en recursos económicos para contratar. También observamos que a partir de estrategias de organización entre campesinos de una misma región han logrado adquirir vehículos de manera colectiva, es el caso de José María Morelos y algunos grupos que participan en Mercados Campesinos. Sin embargo, pese a ser un logro que se refleja en la autonomía que genera contar con sus propios vehículos y poder abastecer diferentes espacios de comercialización, se trata de excepciones, por lo que la mayoría de los participantes continúan expuestos a la incertidumbre de los apoyos o la búsqueda de transportes por su propia cuenta.

La edad es una de las principales problemáticas que enfrenta el campesinado, la mayoría de los participantes se ubican en rangos de edad altos, por lo que en muchas ocasiones la posibilidad de realizar todas las actividades del proceso productivo resulta desgastante (producir, cosechar, empacar, transportar, vender). De allí que en ocasiones resulte más “fácil” vender al intermediario que realizar todas las actividades. En algunos casos, la función de la venta directa está siendo asumida por los hijos e hijas de los campesinos, como una manera de apoyar la economía familia-campesina, sin embargo, como mencionamos en el capítulo cinco, muchas veces las personas jóvenes prefieren buscar opciones fuera del campo.

“No se le puede exigir al campesino que sea conductor, que sea cobrador, que sea almacenista y que comercialice, ya cumplió una función y hay otros roles que se deben cumplir” (Actores externos, Colombia, Junio 2016).

Y respecto a la infraestructura, la mayoría de estas experiencias se ubican en espacios abiertos o no adaptados para la venta de alimentos, por lo tanto, no existe infraestructura para el almacenaje, la conservación y la cadena de frío que requieren algunos productos y sumado a la intermitencia, hace que muchos de los productos que son ofrecidos que no logran ser vendidos o intercambiados con otros participantes, tengan que ser “rematados” o llevados de regreso al lugar de origen

Por lo tanto, en muchas ocasiones el esfuerzo por “cortar la intermediación totalmente” - como lo expresan algunas de estas experiencias- muchas veces se agota en la posibilidad de generar apoyos y acuerdos con autoridades locales o con otro tipo de organizaciones sociales que permitan resolver el transporte de manera temporal, incentivar otro tipo de canales e incluso diseñar estrategias de compras institucionales o colectivas. Sin embargo, como parte de apoyos externos, estas estrategias, generan dependencia e impide la exploración de otras estrategias.

Ante esa realidad, algunas organizaciones dentro de MERCADOS CAMPESINOS han generado procesos de capacitación para que los productores puedan negociar con los intermediarios, teniendo en cuenta que,

“Ellos tiene que seguir trabajando siempre con el intermediario, en ese aspecto se logró trabajar en la parte de mercados dándoles herramientas para que no sea tan inequitativa la negociación que ellos hacen con los comerciantes, y eso les ha dado también la experiencia para que no tengan una situación tan desventajosa” (Productora, Mercado Campesinos, Colombia, mayo 2016)

Este tipo de herramientas de negociación, son tan solo una de las estrategias que han diseñado las experiencias analizadas para enfrentar las desigualdades que supone la relación entre productores e intermediarios-acopiadores, teniendo en cuenta que reducir el problema de la intermediación a la posibilidad de negociar en mejores términos, niega la posibilidad de cuestionar el comportamiento de los actores con poder dentro de los mercados (MSC, 2016). Asimismo algunos de estos espacios se convierten en

núcleo de procesos de aprendizaje que incluyen la formación política, y coadyuvan al fortalecimiento de la identidad campesina en el campo y la ciudad. De acuerdo con la percepción de uno de los entrevistados, varios sectores -especialmente funcionarios públicos- desvirtúan los beneficios de este tipo de iniciativas al considerar sólo sus resultados inmediatos medidos en costos, ganancias y estadísticas, pero desconocen los procesos de transformación que originan, incluyendo en algunos casos, pero con la probabilidad de que se amplíe a otros, transformar la intermediación como estrategia de fortalecimiento y reivindicación del campesinado.

6.4 Realidades y perspectivas frente a la certificación y la intermediación como estrategia de comercialización

Dentro de las experiencias analizadas identificamos posturas diversas frente a diversos temas que las atraviesan. Los procesos de certificación y la intermediación son quizá dos de los aspectos que más opiniones generan, tanto académicos, como al interior y entre las experiencias analizadas. Al mismo tiempo se trata de posturas que no son expresadas en la mayoría de los casos, como ocurre con la certificación, o que pareciese que son invisibilizadas, como la relación con los intermediarios.

Al respecto, en este apartado traemos a colación algunas de las opiniones de los protagonistas de estas experiencias que desde diferentes roles expresan posturas diversas frente a estos temas. Esto permitirá evidenciar que se trata de procesos que se van configurando en función de diversos factores sociales, políticos, económicos, contextuales, entre otros. De allí la importancia de generar escenarios en los que sea posible el intercambio de estrategias que estimulen la posibilidad de reconocer y reivindicar roles y prácticas que han sido cooptadas y presentadas como novedosas en el caso de la producción orgánica y los procesos de certificación, o que han sido puestos al servicio del modelo agroalimentario, como los procesos de intermediación-acaparamiento.

6.4.1 Proceso de certificación

Frente a los procesos de certificación mostrados es preciso mencionar que diversos espacios de comercialización se han apropiado de este tipo de discursos, sin que esto represente una crítica al sistema agroalimentario, sino que más bien resulte una expresión de la facilidad con que este tipo de experiencias logran ser apropiadas por intereses individuales, ya sea para obtener beneficios o para reproducir prácticas homogeneizantes.

La mayoría los campesinos asocian su prácticas con el cuidado de la tierra, con las forma en que cultivaban sus antepasados.

“Yo llevo toda la vida produciendo orgánico, de hecho mi papa no echaba fertilizante porque además que sale caro, porque hay veces que sale bien bonito, pero hay veces que no hay dinero en el campo o como que se requiere dinero para invertirlo, entonces mejor no echábamos químico y la gente le decía que como estaba pobre no echaba químico, pero el dentro de su sabiduría sabía que bueno que de por si él sabía que eso le hacía daño a la tierra, le habían dicho que si le echaba eso se iba a echar a perder, dañar y los compañeros pues si usan muchos químicos” (Productor Alternativo de Puebla, México, mayo 2016)

También reconocen estos espacios de comercialización, no como una novedad, sino como la recuperación de un espacio que ha sido cooptado por el mercado capitalista, pero que a través de estas experiencias está siendo recuperado:

“Acá hay una cultura que se mantiene firme que son los mercados, el campesinado que llega con sus productos, no es nada que nos hallamos inventado, esto ha estado a lo largo de la historia, pero se ha perdido” (Promotor, Mercados Campesinos, Colombia, julio 2016)

En ese sentido, ni los mercados alternativos, ni las prácticas de producción orgánica representan una novedad para el campesinado, sino todo lo contrario, son aspectos que reconocen como parte de su cultura y para muchos de ellos, su participación en estas experiencias, se convierte en una estrategia para recuperar esa memoria.

Por otro lado la producción orgánica busca la implementación de prácticas previamente validadas por especialistas, que entre otras cosas desconocen las particularidades de cada unidad productiva. De esta manera, se impone un modelo de producción estandarizado, una homogeneización de la producción, que como mencionan el Movimiento Agroecológico de América Latina y el Caribe (MAELA, 2012) referirse a los procesos de producción con los conceptos del sistema capitalista no favorece a la transformación de los procesos productivos, teniendo en cuenta que términos como producción orgánica o certificación -aunque se incluya lo participativo- se relación con indicadores de calidad empresarial y no social.

Las voces a favor de los estos procesos reconocen las posibilidad que genera en torno a las transformación frente a las prácticas productivas, así como también mencionan la rigidez con que son implementados.

“Entonces, cuando nos dijeron los del centro que querían entrar les decíamos que sí, pero que había un camino que tenían que seguir, que era básicamente los lineamientos que traíamos de la red, desde ahí aplicamos filtro, vamos viendo que sean afines, que cumplan los principios básicos del mercado y vamos a ver hasta donde la calidad orgánica es garantía para intégralos, de lo contrario no pueden participar” (Promotor-académico, Macuilli Teotzin, México, junio 2017).

Esta postura se refuerza con lo planteado por otra participante del Macuilli Teotzin para quien

“La certificación es, al contrario de lo que dicen -que las certificaciones son candados, cosas que no sirven para nada, que son producto del imperialismo yankee, todo eso- es que la gente que va al mercado valora la certificación como un elemento que le da garantía al consumidor, los consumidores reconocen que la certificación es la única manera de que les garanticen que estos cuates están cumpliendo con lo que dicen que hacen, es decir, no es un membrete nada más, es un elemento de atracción también, para gente informada, hay que trabajar con el sector que no tiene la oportunidad de tener la información para dársela, esa podría ser la política pública o la estrategia de venta” (Promotora - académica , Macuilli Teotzin, México, junio 2017).

Esta postura se funda en la participación de este mercado como uno de los mercados líderes de la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos, sin embargo como hemos mencionado a raíz de la ruptura que originaron diversas posturas, observamos procesos similares, aunque menos rígidos. Es el caso del Alternativo de Puebla y el Mayab, la participación de los campesinos se encuentra articulada a procesos de certificación y categorías, sin embargo en la mayoría de los casos no constituye un obstáculo para la participación de los campesinos interesados en integrarse. Esto no significa que no existan mecanismos de ingreso, sino que los productores interesados que no cumplan algunos requisitos pueden optar por ingresar siempre y cuando se comprometan a iniciar proceso de transición productiva, con el acompañamiento de los productores que integran el mercado.

Por otro lado, existen mecanismos basados en la confianza y en la “recomendación” de parte de otros productores o incluso de consumidores

“En ocasiones no hacemos visitas para asegurarnos de la producción de los compañeros, nosotros los conocemos y confiamos en ellos, o en alguien que los conoce, sabemos cómo trabajan su producción, en lo orgánico está muy basado en la confianza, en este tipo de mercados” (Productor, Alternativo de Puebla, México, junio, 2017)

Al respecto, los casos colombianos se caracterizan por estar más enfocados en la consolidación de procesos organizativos y mecanismos que permitan explorar procesos de producción que se adapten a cada contexto, antes que en la imposición de mecanismos de control. Sin embargo, se han generado talleres y espacios de capacitación que permitan incluir prácticas de producción y transformación que les permitiera tener algún tipo de diferenciación.

“Se desarrollaron muchísimos procesos en ese tema, se realizaban los talleres de buenas prácticas, se encargó hacer la carnetización de todos los campesinos que participaban para que tuvieran tanto la formación como para que tuvieran sus requisitos mínimos para estar dentro del proceso, paso a paso se fue logrando una cierta cualificación, sin embargo, también había una discusión, tampoco es que nosotros podamos convertir al campesino o a la campesina, ellos si vienen con sus unas llenas de tierra también es porque

están allí trabajando la tierra entonces nosotros no podemos decir no, es que tienen que estar impecables y tienen que producir de cierta manera, porque o sino los estaríamos obligando a ser lo que no son” (Promotor, Mercados Campesinos, Colombia, junio 2017)

En esa misma línea, algunos de los participantes del Tianguis Agroecológico de José María Morelos, reconocen que la certificación participativa representa una oportunidad para validar los procesos de los campesinos que participan, sin embargo, para ellos este tipo de estrategias puede tener otro tipo de consecuencias a nivel local.

“Estamos viendo cómo hacer una certificación, como certificar el tianguis a nivel nacional. Se llama certificación participativa de productos sanos. Es un proceso muy largo en el que sí nos metemos en eso vamos a ir perdiendo la parte local, entonces decidimos formar un grupo de tianguistas a nivel local y hacer un proceso entre nosotros, entonces si alguien más quiere participar pues son bienvenidos” (Promotores-estudiantes, José María Morelos, México, mayo 2017).

Esta postura refleja el hecho de que los procesos de certificación pueden tener efectos adversos de acuerdo a los contextos en los que se implementen, pero también permite considerar las diferencias que existen entre contextos urbanos y rurales -ampliaremos esta perspectiva en el siguiente capítulo.

Adicionalmente, para algunos participantes y con lo que se podría poner en duda la posibilidad de relacionar el consumo con la certificación, estas certificaciones no permiten garantizar los procesos de producción en el largo plazo, tan solo representan una “instantánea” de un momento del tiempo y de un área determinada. Por lo que más allá de la certificación, está la confianza.

“Lo otro es que tú puedes tener tu certificación pero después tu puedes hacer lo que quieras, entonces realmente se basa en la confianza y además los clientes se dan cuenta, se dan cuenta de que sabe diferente. Ahora, no forzosamente debe ser chiquito o feo, si lo produces bien produces calidad” (Productor, Alternativo de Puebla, México, junio 2017)

Adicionalmente, vale la pena mencionar dentro del juego de etiquetas que mencionamos anteriormente, la forma en que se ponen en juego intereses particulares

que se reflejan en la implementación de certificaciones similares que buscan validar los procesos de producción de productores convencionales a través de la autorización de productos de síntesis química.

“Un productor convencional también podría cumplir algunas de esas reglas, seguramente le cuesta más, porque les toca llevar todo a laboratorio y tienen que pasar la prueba más difícil que es la residualidad. Para esa hay como 150 productos supuestamente permitidos o no permitidos, pero ahí están clasificados y la norma establece determinados límites mínimos o máximos permitidos para la salud humana, entonces si rebasa eso no pasa” (Productor, Alternativo de Puebla, México, junio 2017)

Finalmente, a partir de la voz de los participantes observamos posturas diversas, las cuales más allá de ser juzgadas deben ser interpretadas dentro del contexto en los que emergen. Por lo tanto, lo que para una experiencia urbana (Macuilli Teotzin), con acceso a consumidores informados y con disposición a pagar, este tipo de certificaciones representa una oportunidad. Esto no significa que todas las experiencias que se ubican en contextos urbanos se guíen por esta lógica, sino que al contrario, procesos como el Alternativo de Puebla, el Mayab, Mercados Campesinos y AgroSolidaria, han venido implementando otro tipo de mecanismos. Al mismo tiempo, observamos que para experiencias ubicadas en contextos rurales (José María Morelos, AgroSolidaria-Socotá) estos procesos podrían llegar a significar impactos negativos tanto en los consumidores, como en el número de productores que quieran integrarse. Sin embargo, sin importar el contexto en el que se ubiquen y el nombre o forma en que se implementan, en la medida que se conviertan en una barrera para el ingreso estarán reproduciendo las mismas prácticas que se buscaba transformar. Por lo tanto, este tipo de experiencias,

“Deben ser espacios con un ambiente inclusivo, de vincular a la gente con muchísima facilidad, y que le facilitan mucho las cosas al productor y le quitan esa angustia de tener que estar formalizado, de tener registros, certificaciones y de demostrar sus buenas prácticas de manufactura y todas esas cosas que asustan generalmente al pequeño productor. Por el contrario, deben sentir que hacen parte de un proceso colectivo, entonces ellos no se sienten solos en ese sentido y pueden gobernar sus medios de vida, pueden aprovechar lo que

tienen, sus recursos y con eso vivir" (Actores externos, Bogotá, julio 2016).

6.4.2 Procesos de intermediación

Pensar en el intermediario como un aliado cobra sentido en la medida que se hace necesario especializar esta tarea pero por fuera de la lógica del régimen agroalimentario dominante. Frente a esto, los casos analizados han reflejado experiencias positivas en las regiones donde el trabajo cooperativo y comunitario ha dado lugar a su transformación y ha permitido demostrar que

"la intermediación justa es posible y que pueda haber un grupo de personas que se pueden dedicar a ese proceso de comercialización de una manera diferente" (Promotor, AgroSolidaria, Bogotá, junio 2016).

En la misma dirección, uno de los participantes del Alternativo de Puebla menciona:

"la intermediación en su justa medida tiene que existir, uno no se puede especializar en todas las etapas de la producción. Uno puede tener lo justo cuando uno está en una cadena justa" (Productor - intermediario, Alternativo de Puebla, México, junio 2017).

Esta cita muestra que la noción de justicia se recupera como una demanda movilizadora de cambios y transformaciones.

En ese sentido, la posibilidad de recuperar espacios de comercialización debe estar acompañada de propuestas que permitan, al mismo tiempo, la reterritorialización de los mercados para evitar la centralización y la dependencia de determinados espacios y actores. Es necesario el fortalecimiento de procesos complementarios que permitan afianzar estrategias de comercialización, ejemplo de esto son las escuelas campesina, los procesos de formación política, los talleres demostrativos y los intercambios de saberes, que promueven las experiencias analizadas y que se articulan con experiencias similares a nivel nacional.

Parafraseando a Max-Neff (1998), parece que el problema no es tanto que no se logren encontrar respuestas a la crisis del modelo agroalimentario en general y a su distribución en particular, sino más bien que no se han planteado preguntas para enfrentar las desigualdades. Como mencionan algunos de los productores

entrevistados, “el cuello de botella” quizá no sea la intermediación como tal sino más bien el tipo de intermediarios que participan de los sistemas agroalimentarios.

En ese sentido, replantear el análisis frente a la intermediación resulta necesario. Para ello, durante el trabajo de campo, la exploración de la etapa de comercialización y en particular del papel de los intermediarios representó uno de los ejes de análisis más relevantes para los diferentes participantes. Durante las entrevistas realizadas, campesinos y campesinas expresaban el esfuerzo y la dedicación que requieren las labores del campo, sin embargo, esa sensación de orgullo y gusto por cultivar y cuidar la tierra, el agua, el territorio, se desvanecía ante la frustración e inconformidad que expresaban al abordar el tema de la comercialización. La mayoría de los productores tienen que “negociar” algún porcentaje de su producción en condiciones desfavorables con los intermediarios que llegan a las fincas a ofrecer precios insignificantes por el trabajo de temporadas de siembra y recolección. Algunos relatos que expresan esta situación se presentan a continuación:

“Muchas veces el productor, el campesino, el que va y labra la tierra, el que viene y le ofrece a usted el producto es el que menos gana, la plata como tal se la llevan los intermediarios, el que me compra a mí, simplemente por el hecho de decir ‘déjeme el bulto aquí’, con ese solo hecho ya se ganó más del 50% de lo que vale la mercancía, cuando yo que tengo que labrar la tierra, conseguir la semilla, sembrarla, cultivarla, abonarla, soy el que menos gana. Eso es un descalabro, como se le ocurre que una persona que produce, que se sacrifica, que con el sudor de su frente saca los productos, gane menos que una persona que simplemente comercializa. Eso es tan ilógico” (Productor, Mercados Campesinos, Colombia, junio 2016).

“Hemos sufrido por medio de ellos [los intermediarios], hemos tenido también nuestras experiencias de que pues ellos siempre nos han pagado precios bastante bajísimos, muy bajo, ellos mismos han dicho en la central. Nosotros conocemos bastantísimo la central de abastos cuando íbamos con producto bastante, y ellos dicen “te pagamos tanta cantidad y ya”, y decían “los campos están aquí” ¿qué quieren decir con eso? Pues que ellos se sienten como si fueran los dueños, sienten que se llevan toda la ganancia y entonces hasta se burlan de uno, porque saben que uno les lleva el producto y ellos lo revenden y

saben que ellos son los que están ganando más, pero ya me di cuenta que es mejor sembrar poco, uno mismo lo vende” (Productor, Alternativo de Puebla, México, junio 2017).

“El tema de la comercialización es un tema muy difícil, muy duro, porque los intermediarios se aprovechan del productor, porque la coyuntura es de un poder del capital impresionante, el control de los alimentos se está quedando en manos de las multinacionales, los almacenes de cadena que se han fortalecido, que se han unido y que ahora cada vez el monopolio de los almacenes de cadena es más fuerte, antes habían más almacenes y hoy el monopolio del movimiento del mercado, de los alimentos del mundo lo tienen unos pocos y luchar contra eso no es fácil, el hecho de mantener una propuesta como la que hace 12 años arrancamos con muchas organizaciones hermanas donde durante 12 años hemos mantenido firma una propuesta: Mercado Campesinos como una alternativa, no solo de comercializar productos, sino como un concepto de vida, un concepto donde hay una cultura que se mantiene firme” (Promotor, AgroSolidaria, junio 2016).

La frustración crece al conocer el precio que pagan los consumidores, quienes a su vez desconocen las ineficiencias y abusos que hay en los canales convencionales de comercialización, generando desigualdades a costa de las dos etapas más débiles de los sistemas alimentarios: la producción y el consumo (Segrelles, 2010)

“Los que menos ganan son los campesinos y los más afectados son los consumidores y los campesinos, hay que cambiar esa regla, darle vuelta, porque entre un productor y un consumidor, depende del tipo de producto, puede haber entre ocho y diez actores en esa cadena de intermediación. No se trata de eliminar a esos diez actores, sino cambiar las reglas en las ganancias, eso es el mercado justo” (Promotor, AgroSolidaria, Bogotá, junio 2016).

Para cambiar las reglas se requiere cuestionar la forma en que participan cada uno de los actores involucrados y fortalecer espacios y canales de comercialización en los que fluya oportuna y eficientemente la información, los productos y las oportunidades. A pesar de que las iniciativas que abundan actualmente sirven para que algunos productores logren acercarse a los consumidores, el hecho de que no logren circular el total de la producción por este tipo de canales, evidencia el papel que juega el rol del

intermediario. En ese sentido, en la medida que no se diseñen otro tipo de estrategias que permitan brindarle la seguridad a los campesinos sobre la venta de sus productos, este tipo de mercados se convertirán en mecanismos aislados frente a la crisis o nichos de mercado que no alcanzan mayor autonomía como para desembocar en una estructura más durable e inspirar la creación de nuevas estrategias de fortalecimiento organizacional (Max Neef, 1998).

El fortalecimiento de estas iniciativas de comercialización y la intención de transformar los sistemas alimentarios locales están sujetos a la posibilidad de incluir a un número cada vez mayor de productores y productos, consumidores e intermediarios dispuestos a construir relaciones de intercambio que permitan generar complementariedades territoriales, generacionales y de conocimientos, evitando de alguna manera que funciones necesarias sean dinamizadas por actores ajenos a los procesos organizativos. Ejemplo de esto, es la forma en que algunos de los productores que asisten a espacios diferenciados y que han logrado acumular mayor experiencia y capital, se han volcado hacia la intermediación, aunque no siempre con el ánimo de apoyar a los campesinos, sino sólo guiados por la posibilidad de generar mayores ganancias económicas.

“Hay un fenómeno de desplazamiento. Desplazamiento del productor, el productor que ya tiene cierto grado de ganancia, se considera en una posición superior sobre otros productores y él ya entra en la cadena de acopiador - intermediario, porque él le quiere comprar al chiquito y hace una especie de maquila y luego le vende a otro intermediario, a veces deja de ser productor y se vuelve intermediario, es mejor negocio” (Actores externos, Colombia, julio 2016).

Esta situación representa una de las situaciones que puede llegar a generar la especialización, pero también puede ser entendida como la posibilidad de asumir la función de intermediación a partir del fortalecimiento organizacional. El reto consiste en demostrar que la intermediación no siempre tiene motivaciones que se agotan en lo económico -sin que esto signifique que no deba existir una remuneración por cumplir dicha función-, y que también puede ser solidaria, movilizadora de energías colectivas, participativa y dirigida a transformar las estructuras de los sistemas alimentarios o bien

enfocada a generar mayor autonomía en la toma de decisiones colectivas e individuales (tanto de productores como de consumidores); la diversificación de los canales de distribución va sumando opciones, entre las que los intercambios directos son tan solo una y donde la intermediación puede asumir formas diversas -positivas y negativas.

Por otro lado, asumir que los intercambios directos representan la mejor alternativa, implica desconocer una de las relaciones más significativas en la relación campo-ciudad representada en otro tipo de intercambios y relaciones. De acuerdo con Durt (1996: 21-22) “Cuando se ha pretendido eliminar la intermediación, amarrando directamente a los productores organizados y los mercados populares, se abaratarán costos directos, pero se desabastecen sectores del mercado urbano, quiebran relaciones tradicionales de compadrazgo existentes entre redes de camioneros, rescatistas, proveedores y productores campesinos. Si se quiere tocar a uno de los elementos de la cadena, sin racionalizar el conjunto de las operaciones, todos quedan afectados y no especialmente para mejorar el sistema” (Durt, 1996: 21-22).

En ese sentido, la transformación de los procesos productivos debe ser analizada a partir de la integración de las diferentes etapas y actores involucrados, reconociendo las oportunidades de integrar nuevos roles, actividades y funciones, de acuerdo a los contextos y objetivos. En la medida en que se impongan posturas rígidas en la configuración de estas experiencias, estaremos presenciando la emergencia de “espacios de refugio para minorías” o nichos de mercado.

Los retos que plantean esta experiencias también debe cuestionar la forma en que se refuerzan determinados procesos productivos, productos, normas y participantes que pueden llegar a ser lo suficientemente rígidos como para evitar el surgimiento de nuevas relaciones (Schneider, et. al. 2016), y permitan la consolidación de pequeñas emergencias que ofrezcan alternativas frente a los desafíos del alcance, intensidad e impacto global, como mencionada Calle (2008). Por alcance, se entiende la posibilidad de reconocer la vocación con la que logran trascender estos procesos o si más bien se convierten en lo que llama islas verdes: “fenómenos ‘alternativos’, incluso permisibles para un poder global que no se siente amenazado por el hacer de unos pocos, aislados y con apenas conexión con otras redes y problemáticas ciudadanas”. Respecto a la

intensidad, se cuestiona si estos procesos realmente suponen alternativas sociales o se agotan en la emergencia de nuevos espacios sociales “que se mueven dentro de esquemas que, lejos de desafiar, terminan por reafirmar el poder vigente”. Las nombra estufitas rojas, “cálidos refugios para ciertas clases sociales que pueden “adquirir” cierto mejoramiento de alguna de sus necesidades como la subsistencia (consumo ecológico, redes de apoyo) o el afecto (lugares de encuentro en una sociedad crecientemente atomizada”. Finalmente, frente al impacto global se pregunta si una vez superado los problemas de alcance e intensidad, nos encontraremos frente a procesos que provocan un impacto real, sostenido y global o si por el contrario nos estaremos sumergiendo en renovados agujeros negros (Calle, 2008:43). En ese sentido, las alternativas al sistema agroalimentario surgen y se consolidan a partir de interacciones entre las prácticas y los procesos sociales y culturales de un lugar determinado, el cual está inmerso en contexto muchos amplios, con los que debe poder lidiar, interactuar e intercambiar diversas posibilidades que los habiliten para reafirmarse como una alternativa viable y amplia frente a las problemáticas de sus participantes.

En ese sentido, para que este tipo de experiencias puedan sostenerse, “no sólo deben enfrentar las tensiones, dilemas y paradojas que derivan y se interrelacionan con los obstáculos estructurales, sino que, sobre todo, necesitan entornos locales y regionales más favorables que realmente estimulen y potencien este tipo de iniciativas. Para ello necesitan romper el aislamiento que muchos casos tienen y crear sinergias, conexiones, encadenamientos, productivos entre ellas o entre experiencias afines. Muchas veces para crear este tipo de redes, conseguir recursos y extenderse, es importante la movilización y la organización política (Gracia y Pozzio 2014:333).

Y en ese sentido, la confluencia de actores habilita la visibilización de estos procesos, alcanzando cada vez mayores grados de reconocimiento y autoreconocimiento a nivel local, regional y nacional, lo que no sólo se verá reflejado en mejores ingresos para los productores y una mejor y más variada dieta para los consumidores, sino que al mismo tiempo, se van constituyendo otras formas de diálogo y participación ciudadana, que permiten pensar en transformaciones más amplias y en acciones que no se agoten en el resguardo de relaciones y práctica, sino que al explorar nuevas estrategias se cuestionen y transformen las estructuras establecidas: “implica pensar que dichas

acciones tienen un potencial transformador que interpela aspectos del capitalismo que tienen que ver con las relaciones de poder y de dominación” (Gracia y Pozzio, 2014:326).

Se trata por lo tanto de procesos que pueden tomar diferentes tiempos para reconocer su potencialidad de transformación, por lo tanto, el cambio de esquema o una transformación estructural quizá no logre materializarse en el corto, ni en el mediano plazo, son transformaciones que quizá requieran cambios generacionales que permitan recuperar los escenarios que han sido cooptados, pero que desde el presente van dando coordenadas para su transformación.

Capítulo 7

Las transformaciones sociales, políticas y económicas: identidad campesina, mercados y luchas desde el territorio.

7.1 Introducción

El objetivo de este capítulo es analizar las transformaciones sociales, políticas y económicas que generan las experiencias seleccionadas. De los resultados de la investigación se destacan tres ejes relevantes para entender la transformación de los procesos productivos y su reivindicación del campesinado como un actor relevante en el ámbito local, regional y nacional: los procesos de organización de campesinas y campesinos, el papel del mercado, y las luchas y reivindicaciones que convergen en estos espacios.

En primer lugar se analizan las formas en que distintas expresiones del campesinado se integran a los procesos organizativos analizados motivados por intereses individuales y colectivos que inciden en esferas sociales, políticas y económicas. En segundo lugar, el mercado además de ser un espacio de encuentro cercano entre productores y consumidores, se consolida como una plataforma en donde se expresan y materializan disputas, vínculos y formas de participación. También dentro del análisis del mercado ahondamos en los procesos económicos que allí se originan y la posibilidad de pensarlos desde una perspectiva alejada del mercado convencional concebido solo como fijador de precios y mecanismo de oferta y demanda. Finalmente, nos detenemos en las luchas y reivindicaciones sociales, políticas y económicas que se manifiestan desde los contextos locales y, en algunos casos, alcanzan escenarios más amplios.

El análisis de los ejes propuestos permitirá aproximarnos a las conclusiones de este trabajo y reconocer en estas experiencias múltiples desafíos, obstáculos y contradicciones, pero también grandes virtudes y fortalezas que representan

alternativas para la transformación de las condiciones impuestas por el modelo agroalimentario y la reivindicación del campesinado.

7.2 Los procesos organizativos en los que participa el campesinado

Dentro de las experiencias analizadas, el campesinado se articula con una diversidad de sujetos con los que comparte desafíos comunes y con los que se organiza para cumplir determinados objetivos, los cuales giran en torno a aspectos sociales con la visibilidad y la identidad; económicos en términos de mejores ingresos, políticos en relación al reconocimiento y la incidencia; culturales tomando en cuenta la recuperación de tradiciones, prácticas y conocimientos; y ambientales, en la medida que la relación con la naturaleza adquiere diversos sentidos que incluyen el cuidado y el respeto por el entorno. Sin embargo, por la forma en que se configuran estas experiencias los objetivos planteados se encuentra articulados de formas diversas, influyendo dentro de las etapas del proceso productivo y sus participantes.

Junto al campesinado se manifiestan una multitud de actores que se caracterizan por repertorios culturales heterogéneos. De acuerdo con Long (2007), los repertorios culturales se expresan en las formas en que de manera consciente o inconsciente se integran elementos culturales a la práctica social. La heterogeneidad “apunta a la generación y coexistencia de múltiples formas sociales dentro del mismo contexto o escenario de solución de problemas que ofrecen respuestas alternativa a problemas similares” (Long, 2007:180).

En ese sentido, las trayectorias de los procesos organizativos, sus integrantes, intereses y motivaciones, determinan las relaciones y las formas de participación. De acuerdo con Laclau (2006) para consolidar procesos organizativos es necesario reconocer demandas comunes que den lugar a la acción social, y desde allí construir una identidad colectiva que se sitúa desde su enunciación. Por lo tanto, “la ‘demanda’ por un lado expresa el reconocimiento de la asimetría y la unificación, [y por otro] la articulación de necesidades heterogéneas” (Benítez, 2013:28).

En medio de la diversidad que caracteriza a las experiencias analizadas, identificamos algunos puntos de encuentro que permiten analizar los procesos organizativos como el esfuerzo colectivo por transformar las realidades que los contienen y debilitan, pero

también la oportunidad de potenciar las virtudes y recursos que les favorecen. En ese sentido, los procesos organizativos, “abarcan un espectro amplio de prácticas que implican cooperación y competencia entre individuos y grupos, dentro y a través de diferentes dominios sociales [reglas, normas y valores]. Estas prácticas forman parte de las actividades inherentes tanto a la organización ‘formal’ como a la ‘informal’. También incluyen prácticas que median o efectúan funciones de intermediación entre organizaciones, niveles de autoridad y esferas de control (Long, 2007:443).

De allí que la forma en que se expresa lo organizativo dentro de cada experiencia adquiere sentidos y formas diversas, pero también elementos comunes que les permite establecer diálogos y articulaciones. Es por lo tanto en la posibilidad de articular objetivos comunes, en donde ubicamos una de las principales virtudes de estas experiencias.

Reflejo de lo anterior es que en todas las experiencias analizadas identificamos un esfuerzo por transformar el modelo agroalimentario que niega y homogeneiza la producción, la comercialización y el consumo. Observamos principios de solidaridad, reciprocidad y confianza en las relaciones y vínculos que se construyen que, aunque puedan pasar desapercibidos, se manifiestan de formas diversas en el intercambio de saberes, en el diálogo entre participantes, en el tipo de información que circula en los espacios y en las prácticas que desarrollan, así como en las reivindicaciones y demandas que se expresan. Identificamos un esfuerzo por resignificar el mercado como espacio físico en el que se dinamizan prácticas sociales y económicas diversas, configurando nuevas relaciones de intercambio. Un mercado que no se agota en los intercambios monetarios, sino en el que se reconoce la importancia del campesinado, los efectos negativos de los agroquímicos en el ambiente y en la salud, en donde se establecen roles, funciones y responsabilidades para cada uno de sus participantes. En síntesis, como menciona Sousa (2006), estas experiencias reflejan un complejo “*campo de experimentación social*”.

En el caso de Mercados Campesinos, la posibilidad de incidir en la construcción de la política pública de seguridad y soberanía alimentaria para Bogotá que favorezca al campesinado, expresa la apuesta por reivindicar el papel del campesinado como actor

social, política y económico relevante para los contexto en los que se ubica, además de su importancia como proveedores de alimentos para la ciudad. Este proceso logró poner en tensión y disputa la posibilidad de participar en escenarios más amplios dentro de la estructura social, cuestionando dentro de sus demandas el papel del estado en función de la relación con grupos sociales diferenciados.

Tanto Mercados Campesinos como AgroSolidaria se fortalecen a partir de la descentralización de sus líderes. En el primer caso, la descentralización se observa en la implementación de diferentes canales de diálogo y participación que estimulen la permanencia de los líderes dentro de sus territorios, logrando en de esta manera conservar y fortalecer los vínculos entre la población local. En el caso de AgroSolidaria, la forma en que se han constituido las diferentes seccionales ha permitido que el liderazgo no solo se afiance a nivel local, sino que se generen espacios para estimular procesos de relevo y complementariedad en torno a los procesos organizativos.

Por otro lado, en las seccionales de AgroSolidaria que integran esta investigación, identificamos un esfuerzo por incorporar las diferentes etapas del proceso productivo dentro de un espacio común que se reinventa a partir de procesos territoriales en los que se ubican sus participantes. Para ello, cada seccional promueve la creación de grupos asociativos que integren principios de reciprocidad y solidaridad dentro de las actividades productivas, de comercialización y consumo.

Aun si los casos mexicanos de Mayab, José María Morelos y Macuilli Teotzin tienen en común la participación activa de instituciones académicas, cada una de estas experiencias se ha consolidado a partir de diferentes estrategias y formas organizativas. El Mayab y José María Morelos se han fortalecido a partir de la recuperación de los saberes de las comunidades indígenas y del intercambio de nuevos conocimientos, lo que les ha permitido el rescate de alimentos, recetas y semillas como punto de partida para la reivindicación del campesinado. Dichas estrategias se vinculan, al mismo tiempo, con una crítica a la pérdida de la diversidad genética y a la homogeneización de la dieta estimulada por el modelo agroalimentario. Por otro lado, aunque tanto el Alternativo de Puebla como el Macuilli Teotzin buscan procesos de diferenciación para incentivar la transformación de los procesos productivos, el primero se funda en el

esfuerzo por construir procesos productivos a partir de la implementación de la certificación participativa -poniendo el eje en el aprendizaje y en el reconocimiento de los tiempos para transformar hábitos y prácticas- y el segundo ha apostado por el reconocimiento otorgado por instancias oficiales.

De lo anterior, podemos mencionar que los procesos organizativos, en este tipo de experiencias, más allá de establecer estructuras organizacionales bien definidas, buscan incentivar la participación de diferentes actores que converjan frente a objetivos comunes. En algunos casos, las formas organizativas definidas por grupos constituidos legalmente y adscritos a corrientes políticas generan algún tipo de rechazo, ya sea como consecuencia de la criminalización de las organizaciones campesinas, o por la desconfianza que generan algunos procesos organizativos. Por lo tanto, las formas organizativas que adquieren estas experiencias, “son cualitativamente distintas de sus equivalentes en el contexto moderno-urbano, orientadas éstas por una racionalidad de corte político-burocrático” (Entrana, 1995:60). Pese a que dentro de las experiencias analizadas, algunas cuentan con estructuras organizativas definidas, consideramos que su adaptación responde más a una estrategia que les permite tener acceso a programas de apoyo, recursos económicos, capacitaciones, reconocimiento, entre otras ventajas, pero que en términos de la organización interna no representa mayores cambios frente a las funciones, tareas y responsabilidad que asumen los participantes, en sus diferentes roles.

Consideramos que los procesos organizativos que construyen estas experiencias responden más a formas de participación inspiradas en la posibilidad de cambio y en el aprendizaje colectivo, antes que en búsqueda de estructuras rígidas y disciplinadas. “La participación constituye la experiencia social de vivir en el mundo desde el punto de vista de la afiliación a las comunidades y la intervención activa en ellas; siendo ineludible, el aprender está dado por la posibilidad de participar en el contexto social” (Pérez, 2013: 12). La participación constituye un recurso para integrar esfuerzos individuales y transformarlos en posibilidades colectivas de cambio, representada en estas experiencias en las injusticias e inequidades históricas que plantea la negación del campesinado. Sin embargo, como plantea Núñez (2013:20) no siempre el juego de la participación deriva en tal sentido; muchas expresiones de participación “*se asientan*

en perspectivas formales que encubren asimetrías y desigualdades y que, finalmente, operan como mecanismos de legitimación de situaciones sociales injustas”.

En ese sentido, para analizar las transformaciones sociales que inauguran los procesos organizativos, entendidos como las formas de participación y de acción colectiva presentes en estas experiencias, es preciso ahondar en categorías -identidad, poder, valores- que le permitan a los sujetos reafirmar su derechos subjetivos y sociales (tener parte); involucrarse y comprometerse (ser parte), y poder decidir acerca de las cuestiones que directa o indirectamente le afectan (tomar parte) (Benítez, 2013).

En primer lugar, identificamos una fuerte incidencia en el fortalecimiento de la identidad y la cultura campesina, que emerge a raíz del reconocimiento de problemáticas y desafíos comunes, y la posibilidad de resolverlos de manera colectiva.

“Nosotros sabemos que debemos de cambiar las reglas del mercado del mercado y de la política. Que debemos generar alternativas al desarrollo del mercado, en las formas de producción y todo eso, pero nosotros mismos en nuestras experiencia vamos desarrollando ese tipo de cosas, entonces no es solo temas de participación política, de cualificación política y organizativa sino que es un conjunto integral del sujeto campesino que vamos desarrollando en ese sentido, porque a veces cuando hablamos de que tenemos o necesitamos una formación política, o pertenecer a un partido y desarrollar un proceso ideológico no, sino que yo creo que tiene que ver con la integralidad y eso tiene que ver con la cultura campesina son el desarrollo del sujeto campesino y ahí es donde se generar las transformaciones, y claro cada uno va aprendiendo y va tomando su rumbo en política y en el proceso organizativo” (Productor, Mercados Campesino, Bogotá, junio 2017)

Por otro lado, en los procesos organizativos se ponen en juego relaciones de poder, algunas veces inadvertidas por la forma en que se configuran los liderazgos y las relaciones de dependencia, pero frente a las cuales se refleja la ausencia de procesos de fortalecimiento organizativo/participativo que permita el diseño de estrategias de interlocución que permitan transmitir las demandas del campesinado. En ese sentido, consideramos que indagar sobre la construcción del poder permite entender las formas en que se plantea la reivindicación del campesinado, si se reconoce su capacidad de

agencia, o si por el contrario se convierte en un instrumento para dinamizar otro tipo de intereses. Para ello, la forma en que se conforman jerarquías, niveles, subordinación, dependencia, entre otras, y la forma en que se articula con otras estructuras de poder como las instituciones de gobierno, universidades, iglesias, la empresa privada, entre otras, permitirá reconocer la posibilidad de consolidar otras formas de construcción de poder y autonomía que permita afianzar las demandas y reivindicaciones que dan sentido a la participación. De manera particular, las relaciones de poder se ponen en juego en aspectos como los mecanismos de toma de decisiones, la circulación de la información, la asignación de roles, funciones, las responsabilidades que se delegan a determinados actores, el tipo de conflictos que se dan y la forma en que se resuelven.

Junto a la posibilidad de consolidar otras formas de poder, ubicamos los valores y principios que forman parte de estas experiencias y que se expresan tanto discursivamente, generalmente asociados a la diferenciación del lugar, los productos y los productores, como en el tipo de prácticas y relaciones que promueven. La importancia de reconocer valores y principios alternos a los del capitalismo, cobra importancia en la medida que confronta las lógicas hegemónicas y la racionalidad instrumental del mercado. De acuerdo con Hinkelammert y Mora (2009, en Caballero, et. al, 2010:34) “el neoliberalismo ha tomado los valores propios del espacio del mercado para convertirlos en una ética normalizadora de las acciones de la sociedad en su conjunto (la ética del mercado)”.

De allí la importancia que tiene visibilizar los sentidos que adquieren dentro de estas experiencias, el respeto, la confianza, la justicia, y la forma en que se ponen en juego en lo cotidiano. Quizá el ejemplo más recurrente se ubique en la posibilidad de realizar intercambios directos y las posibilidades que genera, pero también se expresa en las formas de intermediación solidaria, en los intercambios no monetarios, en la posibilidad de negociar (regateo), entre otras prácticas.

“Generalmente hace trueque con los compañeros, los consumidores no mucho, con ellos, algunos si regatean, pero para mí eso no está mal, se vale, porque pues quien no va a cuidar su economía. Nosotros por ejemplo acostumbramos a dar el pilos, si vale 10, les damos la medida y luego les damos otro poco y eso hace que se vayan contentos, que vuelvan, que traigan más clientes, mejor

dicho que se afiance la relación con el consumidor” (Productor, Alternativo de Puebla, México, junio 2017).

También podemos mencionar dentro de los valores y principios, la importancia que adquiere la transición productiva hacia prácticas agroecológicas -promovidas por casi todas las experiencias analizadas-, en la medida que rescatan y resignifican el respeto por la naturaleza, el diálogo de saberes entre campesinos, las condiciones en las que se produce, comercializa y consumen los alimentos, además de velar por la sostenibilidad de los territorios en donde se ubican los productores.

Por otro lado, recurrentemente algunos de estos valores y principios se encuentran dinamizados por comportamientos individuales, ya sea por parte de los campesinos que buscan obtener mejores ingresos, por parte de los consumidores que buscan productos libres de tóxicos, o incluso de los promotores que buscan reconocimiento institucional a través de este tipo de experiencias. Sin embargo, a medida que las relaciones se van afianzando, las motivaciones se transforman y da lugar a que intereses que fueron individuales cobren un sentido colectivo que permita el fortalecimiento del proceso en el que participan.

“Al principio muchos de los productores comenzaron a venir porque sabían que podían vender a mejor precio, pero cada vez venían con más ganas porque se fueron haciendo lazos de amistad, entre ellos y con los consumidores, entonces ya no solo venían sino que les motivaba el poder salir de sus comunidades, comparar con otras personas y con el tiempo también se han ido integrando a otras actividades como de la organización, de la logística, aunque esta parte aún les cuesta mucho trabajo” (Promotora- académica, Tianguis Agroecológico de José María Morelos, México, julio 2017)

Finalmente, como menciona Machado (2013) es necesario continuar el camino de repensar la organización campesina que se requiere hoy día, entendida no solo como medio para transformar las realidades locales sino como vehículo para otra forma de pensar lo rural y su relación con la sociedad. Así como también reconocer en estas experiencias la posibilidad de concertar acciones colectivas y formas de participación basadas en principios y valores que habilitan la constitución de un sujeto colectivo con capacidad de disputar escenarios diversos (Tarrow, 1997).

7.3 El mercado como plataforma de escenarios diversos

De acuerdo con Hebinck, Schneider y Ploeg (2015), la noción de mercado necesita ser despojada de cualquier encuadre normativo *a priori*. El mercado no es intrínsecamente "bueno" (como se afirma en el discurso neoliberal) ni intrínsecamente "malo" (como lo plantea la izquierda radical). Todo depende de los resultados, la eficiencia, el espacio permitido para los actores individuales y colectivos, los grados de libertad implicados, los efectos distributivos creados, entre otras. Por lo tanto, el mercado además de ser escenario de los intercambios, cumple funciones diversas.

En este apartado nos distanciamos de la noción de mercado como el sistema formador de precios a través del mecanismo de la oferta y la demanda, en donde las decisiones se toman de manera individual y bajo una racionalidad individualista (Polanyi, 1976). Y nos acercamos a las virtudes que ofrece la posibilidad de pensar otro tipo de mercados, menos concentrados, más inclusivos, mejor remunerados, más solidarios, y que son precisamente el tipo de mercados en los que ubicamos las experiencias analizadas, no sin tensiones ni contradicción. Para esto, recuperamos en este apartado lo expuesto en el capítulo teórico respecto a las características de los mercados territoriales (MSC, 2016), los mercados alternativos (Santana, 2011) y los *nested markets* (Hebinck, Schneider y Ploeg, 2015), con el objetivo de contrastar los hallazgos de este tipo de experiencias y aportar a la evidencia de que otros mercados no solo son posibles, sino que se han materializado en diferentes contextos latinoamericanos.

Recordemos que las experiencias analizadas conjugan realidades distintas, la de los campesinos que trabajan la misma tierra de sus antepasados, o los que han sido desplazados; los que además de producir alimentos también realizan procesos de transformación, o los que solo transforman; los que además de producir funcionan como intermediarios, entre muchas otras posibilidades. Junto a esta diversidad de situaciones se advierte la posibilidad de cambio, la oportunidad de transformar aspectos sociales, económicos y políticos que se aprecian en diferentes niveles, como veremos a continuación.

Junto a las transformaciones que generan los procesos organizativos/participativos, la posibilidad de integrar espacios de comercialización refuerza algunas de estas virtudes,

como la identidad, los valores, las relaciones de poder, pero también inaugura otro tipo de transformaciones sociales, políticas y económicas, vinculadas de manera particular con el territorio. “Cuando se habla de mercados, generalmente se alude a transacciones económicas, su característica intrínseca; sin embargo, hablar de mercados también implica referirse a un mundo social, cultural e identitario construido en la cotidianidad y por la diversidad de sus protagonistas. Supone el encuentro-desencuentro y el intercambio de “formas de vida” entre sus actores” (León, Valdez, y Vásquez, 2003:73).

El mercado se convierte en el vínculo entre el campo y la ciudad, entre productores y consumidores, entre diversidades que se (re)encuentran regularmente en torno al intercambio, en donde sobresalen los productos, saberes, prácticas, historias y experiencias. En ese sentido, identificamos como una de las principales virtudes de estos espacios la posibilidad de vincularse con lo local, a través de los sistemas alimentarios, las relaciones cercanas que se crean, los lazos de confianza y las redes que emergen. De manera particular, el vínculo con lo local se manifiesta en la posibilidad de cuestionar los sistemas alimentarios, de recuperar variedades locales de diferentes productos, de transformar las dietas y los hábitos de consumos que han sido homogeneizadas (Tarditti, 2012).

Estos mercados establecen una disputa física y simbólica frente a la producción y el consumo, caracterizada por un carácter inclusivo y diverso, que como vimos está representado en la heterogeneidad de prácticas productivas, roles, trayectorias y motivaciones de sus participantes. También cumplen un papel importante frente a la circulación de la información, la comunicación entre comunidades, regiones, organizaciones, lo que permite afianzar vínculos y articulaciones mediadas por la palabra y la confianza.

Al mismo tiempo, configuran escenarios de aprendizaje colectivo, en donde los participantes se involucran a partir de la experimentación continua, en cada una de las etapas que allí confluyen. Para los campesinos, se manifiesta en la posibilidad de ofrecer diversos productos, experimentado en alianza con la tierra, el clima y los cuidados de la huerta, el cultivo o la milpa. Para los consumidores se convierte en la oportunidad de acceder alimentos de formas, colores y sabores inesperados, de

conocer las propiedades, recetas y usos que son transmitidas por los campesinos. Para los intermediarios, representa la posibilidad de reivindicar su papel en el fortalecimiento del campesinado, en la evidencia de que otras formas de intermediación son urgentes.

De esta manera, al fortalecer los procesos locales, se ponen en juego otro tipo de diálogos que en situaciones concretas fungen como el escenario para la puesta en común de acuerdos y acciones diversas, como por ejemplo en épocas electorales, frente a movilizaciones por la defensa del territorio o paros agrarios en los que se exigen mayores garantías o el cumplimiento de los acuerdos previos, entre otras.

En términos económicos, estas experiencias representan mejores ingresos para los participantes, ya sea a través del aumento de los precios o bien de la posibilidad de obtener mayores márgenes de ganancia al alejarse de la dependencia de los insumos de síntesis química y de las relaciones con intermediarios convencionales. Los intercambios mediados por el dinero se conjugan con los no monetarios, representados principalmente en el trueque, que como menciona Larson (1987:342), “Al igual que en muchos otros mercados campesinos, el trueque sirve de resguardo contra las influencias comerciales en el mercado”. Estas formas de economía propias en cada contexto, permite el fortalecimiento de las economías locales, logrando que se retenga, se redistribuya y se reintroduzca una parte mayor de la riqueza creada (MSC, 2016; Rosset, 2007).

Sin embargo, las transformaciones económicas que plantean no se agotan en los intercambios, estas experiencias deben enfrentar el reto de demostrar que la economía campesina, en diálogo con otras propuestas, alejadas de la reproducción ampliada del capital, logra diseñar estrategias que permitan resolver las necesidades de sus participantes y resignificar las relaciones sociales, las prácticas productivas, el tipo de intercambios, los vínculos con la naturaleza, entre otras. Las transformaciones que plantean estas experiencias se reflejan en la unidad productiva y el grupo familiar, a través de las prácticas y rutinas de los participantes. En este caso, la posibilidad de eliminar la dependencia de los insumos externos cobra importancia, el hecho de producir dentro de las unidades de producción sus propios insumos es una expresión de autonomía y soberanía, proceso que se refuerzan a través de los diálogos de

saberes y de los intercambios y ferias de semillas. Por lo tanto, mientras más independientes de los mercados sean los campesinos, en cuanto a recursos requeridos, y a los canales de comercialización convencionales, estarán en mejor posición para enfrentar situaciones adversas (Ploeg, 2015).

Este análisis, permite identificar el papel que juegan las redes que se crean dentro de estos espacios y que logran resolver temas económicos, relacionados principalmente con la circulación de productos por canales de comercialización favorables. Para ello, las relaciones que se dan al interior del mercado permiten compartir información respecto a otros espacios de comercialización, ferias temporales, plataformas virtuales, compras institucionales, intermediarios solidarios, entre otras estrategias. También, las alianzas con instituciones de gobierno han sido determinantes, no solo por los apoyos temporales, sino porque a nivel local van abriendo caminos para la participación de los campesinos en otro tipo de escenarios, más disputados y rígidos frente a las transformaciones que plantean.

Lo económico también se refleja en la ausencia de un mecanismo de precios, que como ya mencionamos, en la mayoría de las experiencias no logra alejarse del mercado capitalista y por lo tanto, de la ley de la oferta y la demanda. Salvo la experiencia de AgroSolidaria-Engativá las otras experiencias aún buscan estrategias que les permita diseñar sus propios estándares para la fijación de los precios. Este tema requiere ser abordado de manera detenida por las experiencias, para poder pensarlas como una alternativa frente al mercado convencional, en donde sus estrategias no se desvanezcan ante la posibilidad de aumentar los precios en contextos urbanos y bajarlos en contextos rurales, como los demuestran las experiencias analizadas.

Al respecto, es importante señalar una de las principales las diferencias que plantea el contexto en el que se ubican, principalmente entre lo urbano (Mercados Campesinos, AgroSolidaria-Engativá, Alternativo de Puebla, Macuilli Teotzin y Mayab) y lo rural (AgroSolidaria-Socotá y José María Morelos y AgroSolidaria). Esta diferencia implica otro tipo de retos y estrategias vinculados con las comunidades en las que se ubican. Por ejemplo, los procesos de certificación adquieren sentidos opuestos en lo rural y lo urbano, en contextos rurales este tipo de estrategias pasan desapercibidas, los

consumidores, a diferencia de los contextos urbanos, no toman sus decisiones en función de sellos, etiquetas o mecanismos de validación, además en el campo es común que los consumidores reconozcan los productos locales, lo que no significa que los prefieran, la penetración de la industria agroalimentaria ha llevado a desplazar los alimentos locales. También se diferencian en las luchas que se dan por el territorio, generalmente en las experiencias rurales las relaciones están mediadas por lazos familiares y parentescos, lo que genera que las injusticias, desigualdades y conflictos se logren resolver de manera colectiva.

Por otro lado, como mencionamos en el marco teórico, tanto las problemáticas, como las estrategias y las transformaciones que inauguran deben ser analizadas desde los territorios en los que emergen, de otra forma no sería posible reconocer sus potencialidades o limitaciones. Recuperamos ahora esta perspectiva para reconocer la importancia de las territorialidades en disputa que genera el mercado como epicentro de múltiples transformaciones, teniendo en cuenta que muchas de las estrategias que diseñan los participantes se fundan sobre la posibilidad de generar cambios pensados desde el territorio.

Cada uno de los participantes se apropia del mercado de formas diversas, ya sea a partir del espacio físico que representa o bien del carácter simbólico que adquiere para cada persona. El mercado adquiere interpretaciones que van desde lo que representa para las familias campesinas, los consumidores, los promotores y hasta los vecinos del lugar en el que se ubican. Esto quiere decir que las formas de participar están precedidas de un posicionamiento individual y colectivo frente al territorio y el uso que cada uno de los participantes hace del espacio. De allí que para algunos campesinos estos espacios de encuentro representan la oportunidad de generar lazos de amistad, de compartir miedos, tristezas y alegrías, que esperan al “mercado” para ser contadas, incluso poniendo estas motivaciones por encima de lo económico.

También se trata de espacio dinámicos, que están en constante movimiento frente a la disputa y defensa de las formas de producir, de vivir, de consumir, de habitar los territorios que sostienen estos mercados y viceversa. Al mismo tiempo, las múltiples dimensiones que se entrelazan en el mercado están mediadas por conflictos y

tensiones que surgen de las motivaciones, objetivos y expectativas de los participantes que allí confluyen y que a su vez se ordenan por formas específicas de entender el mundo.

Estas experiencias incorporan un amplio repertorio que permite analizar la cuestión territorial desde diferentes dimensiones. En primer lugar, todas las experiencias analizadas expresan una lucha constante por defender sus tradiciones, por recuperar los espacios que han sido cooptados, por reivindicar sus prácticas. De manera particular en las experiencias ubicada en Quintan Roo (José María Morelos y el Mayab) sobresale la presencia de pueblos indígenas, quienes además de defender sus territorios ancestrales conservan prácticas rituales que dan sentido a los procesos en los que participan, los cuales se manifiestan en la conservación de los recursos, el almacenamiento de alimentos para temporadas de escases de alimentos, hasta rituales para la petición de lluvias a los dioses. Mercados Campesinos y AgroSolidaria expresan la disputa por visibilizar al campesinado, sus propias formas de pensar lo organizativo y la económico a través de los vínculos que establecen entre el campo y la ciudad, de los encuentros entre productores y consumidores, pero también a partir de la transformación de los imaginarios frente al campo y la idea de atraso que se ha logrado afianzar en la ciudad. El Macuilli Teotzin, se apoya en la posibilidad de resignificar la producción orgánica como elemento diferenciador que favorezca al campesinado y sus prácticas productivas, pero que a su vez crea tensiones con otras propuestas que encuentran en la agroecología un mejor escenario para la transformación productiva alejada de los juegos de etiquetas y certificaciones. Al respecto, el Alternativo de Puebla reivindica los procesos de transición productiva, reconociendo la diversidad de productores y trayectorias, representado en la participación de diferentes tipos de productores que promueven procesos de certificación desde los espacios oficiales, hasta estrategias basadas en la confianza y la credibilidad entre los participantes, logrando así que diferentes estrategias converjan en un mismo espacio y se logren retroalimentar.

También en algunas de las experiencias, el territorio se expresa en la nostalgia del campo, de trabajar la tierra, nostalgia porque para algunos campesinos los procesos de desplazamiento y las presiones ejercidas por la industria alimentaria y las actividades

extractivas se manifiesten en procesos que está vaciando al campo. “El campesino desplazado en la ciudad vive con unos recuerdos de lo que es estar en el campo, y cuando se está en el campo se disfruta todo lo que está allí. En la ciudad, el campesino desplazado se encuentra con algo que no quería, lo meten en una vida confusa. En el campo, a pesar de que las casas están lejos de las otras, todos saben quiénes son los vecinos y qué hacen; en la ciudad, las casas están pegadas y nadie sabe quién es el que vive al lado” (Machado, 2013:32).

Por lo tanto, ese espacio de recuperación del territorio por parte del campesinado, hay que buscarlo en las ciudades, hay que trabajar no solo con los campesinos que están en la finca sino con los que habitan en las ciudades y que tienen en la migración una de las relaciones más recurrente entre el campo y la ciudad (Ploeg, 2015).

Finalmente, si bien la función principal del mercado recae en la posibilidad de generar intercambios favorables para sus participantes, inauguran diversos de procesos que plantean nuevos desafíos vinculados con los contextos en los que se ubican. Al mismo tiempo, como veremos a continuación, se convierten en el vehículo a través del cual se movilizan diferentes luchas y reivindicación planteadas por los participantes, abonando a la construcción del campesinado como un sujeto político, pero además permitiendo que otro tipo de participantes, como los transformadores, intermediarios, promotores y consumidores reconozcan el carácter político de sus funciones, actividades y decisiones.

7.4 Luchas y reivindicaciones. Cuando lo cotidiano se politiza o normaliza

En este apartado abordamos quizá el escenario más inspirador de este tipo de experiencias, y el menos visible. En su análisis convergen elementos presentes en el papel de lo cotidiano frente la construcción de la historia y la forma en que se manifiestan las diferentes formas de luchar, resistir y reivindicar identidades, prácticas, territorios, adversidades y esfuerzos.

En primer lugar, como menciona Zemelman (2006) es preciso recordar que la historia es un campo abierto, “*una zona interminada*” que se construye o la construyen. De allí la importancia que adquiere el reconocimiento del campesinado como sujeto social, político y económico, con capacidad de incidir en la construcción de esa historia. Se

pregunta Zemelman, “¿qué historia? ¿la historia de los héroes?”, la respuesta es un tajante no, se trata de la historia de la cotidianidad, por lo tanto es preciso reivindicar también el papel de los pequeños espacios, sin esperar que aparezca en los libros de historia, ya que la historia, como menciona el autor, no se construyó en las grandes batallas, ni en los grandes discursos, sino antes y después de estos, de lo contrario no serían recordados. Por lo tanto, la historia se construye todos los días, en lo cotidiano, y esto está articulado con el espacio, porque la cotidianidad emerge en pequeños espacios y en cortos tiempos, es decir, que son los micro espacios de la cotidianidad los que hacen que la historia se construye constantemente, por lo tanto “hay que tener clara la cuestión del espacio, el espacio del individuo concreto; no pensar que el espacio es un espacio privilegiado, no hay un espacio privilegiado para construir la historia, la historia se construye desde cualquier espacio, todos los días, y si no, la construyen otros” (Zemelman, 2006:35-36).

En palabras de una de las líderes campesinas de Colombia,

“Acá los cambios trascendentales no los hacen los gobiernos, los hace la gente, el que no estuvo de acuerdo, el que se paró, el que hablo y no los gobiernos, ni la corrupción y eso solo se hace cuando la gente conoce la riqueza que tiene y porque además sabe que está acompañada por un grupo, una organización, un colectivo” (Productora, Mercados Campesinos, Bogotá, junio de 2016)

Una de las principales funciones que adquieren estas experiencias frente a la construcción y transformación de la historia, se articula con su capacidad de mostrar realidades que han sido negadas e invisibilizadas. Un elemento determinante en la reivindicación del sujeto campesino y de los espacios en los que participan pasa por mostrar la realidad, y para ello no siempre es necesario cerrar vías, quemar llantas o realizar movilizaciones, que si bien se trata de herramientas útiles para la expresión de las desigualdades, su emergencia resulta esporádica y muchas veces apaciguada por las estrategias de negociación de quienes ostentan el poder. De allí que el campesinado, de acuerdo a las características de cada contexto y de los actores que allí intervienen, logran desplegar estrategias amplias y diversas, representadas en los diálogos que se dan entre campesinos quienes, al compartir sus experiencias, están

luchando por integrar prácticas productivas más eficientes y autónomas, así como al implementar mejoras en los campos, al hacer estiércol bueno que sirva para abonar, al intercambiar sus mejores semillas o en la recuperación de espacios de producción y comercialización (Ploeg, 2007, 2015). Al tiempo, los campesinos que regularmente venden su fuerza de trabajo, también diseñan sus propios mecanismos de resistencia, en lo que Scott (1986:14) ha denominado formas cotidianas de resistencia campesina y que se expresa en acciones como “trabajar despacio, disimular, falsa aceptación, pequeños hurtos, ignorancia fingida, calumnias, incendios provocados, sabotaje”.

Estas y otras expresiones podrían ser interpretadas como un mecanismo de politización, en el sentido de identificar relaciones de poder e imaginar formas prácticas de transformarlas en relaciones de autoridad compartida (Santos, 2002). El concepto de politización, de acuerdo con Paiva (2002) alude al “reconocimiento de la conflictividad de las relaciones sociales insertas en una sociedad con una estructura netamente desigual, y el reconocimiento de los actores individuales o colectivos que disputan por crear, mantener o transformar esas relaciones” (Paiva, 2002, citado por Benítez, 2013:29).

En ese sentido, la politización evita la fragmentación de la realidad, construyendo espacios de cuestionan la estrategia homogeneizadora y de cooptación del modelo de desarrollo, representado sutilmente en lenguajes confusos que reducen el impacto de las acciones, llegando incluso a invertir el sentido de la politización a través de la criminalización, las detenciones arbitrarias, la naturalización y reducción de los conflictos a excepciones o datos marginales.

Ejemplo de ello son las declaraciones u omisiones de los gobierno frente a conflictos sociales. En medio del paro agrario que vivió Colombia en 2013, después de siete días de movilización, bloqueos en las principales carreteras, cuatro muertos el presidente de Colombia –Juan Manuel Santos- afirmó que “*el tal paro nacional agrario, no existe*²⁷”. También podríamos mencionar la forma en que se afianza el uso del glifosato para la erradicación de cultivos ilícitos o la expansión de los transgénicos a través de acuerdos entre las grandes corporación y las instituciones gubernamentales, como lo expresaba un funcionario de Monsanto en México, al referirse a la estrecha relación con

SAGARPA -la misma que promueve la producción orgánica: “Por la abrumadora información científica que habla (a favor) de estas tecnologías estamos seguros de que se va a favorecer a los productores con la posibilidad de tener esta opción y competir cara a cara con los productores de otros países²⁸”.

En ese sentido, cobra importancia reconocer el sentido político presente en estas experiencias, y de manera particular, la forma en que inciden el tipo de actores que se involucran en la transformación de los procesos productivos y en la consolidación de un proyecto social que se aleje de lo impuesto por la sociedad de mercado que excluye. Al respecto, vale la pena mencionar las diferencia entre las experiencias ubicada en Colombia y México, y principalmente por la presencia de instituciones académicas como referentes de estas experiencias en el contexto mexicano, para ello abrimos un paréntesis frente a esta discusión.

El papel de la universidad: En México, llama la atención la presencia de instituciones académicas como responsables/encargadas de este tipo de experiencias. Su presencia ha sido determinante para la consolidación de las diferentes etapas que han atravesado, sin embargo, identificamos que el protagonismo que adquieren nubla la posibilidad de ampliar las demandas y las reivindicaciones del campesinado, creando una tensión entre la lógica de los procesos organizativos y la lógica que emana de las estructuras organizativas más amplias que las contienen, dando lugar a procesos “disciplinados”, que si bien emergen a partir de necesidades y demandas colectivas, su aparente solución por parte de estructuras más amplias limita la posibilidad de plantear nuevas demandas, que desafían otro tipo de estructuras. El acompañamiento permanente y la dependencia que genera, da lugar a un escenario desmovilizador, donde el sentido político se ve reducido a la configuración de grupos disciplinados. Con esto no sugerimos que las instituciones académicas deban quedar relegadas, ni tampoco desconocemos el papel que han jugado, pero sí nos cuestionamos por la importancia de incentivar procesos que no generen dependencia, ni relaciones de subordinación, y mucho menos que los procesos que acompañan se conviertan en proyectos institucionales que los alejen del sentido político que los convoca en torno a la transformación de las condiciones estructurales que los oprimen.

“Con esas alianzas los procesos se pueden fortalecer o debilitar, lastimosamente la mayoría se debilitan o mejor dicho se estancan. Muchos otros no logran fortalecerse, entonces uno desde ahí puede ver que cuando las instituciones o los gobiernos ingresan a los procesos y los institucionalizan o les comienzan a dar aportes, no permiten que la gente vea sus problemáticas y busquen sus soluciones, sino que simplemente les dan todos los recursos y ellos de alguna manera los reciben y quedan felices y cuando se acaba se acabó, hay mucha incertidumbre y no permiten que la gente se apropie”
(Académica, San Luis Potosí, julio 2017)

En ese sentido, a partir del tipo de actores, vínculos y articulaciones es posible identificar el tipo de procesos que se consolidan y por lo tanto las demandas y reclamos que plantean, pasando de la participación politizada, a procesos participativos mediados por técnicos o bien obstaculizados por la implementación/adaptación de mecanismos ajenos al campesinado.

Sin embargo, es preciso recordar que estos procesos van adquiriendo sentidos diversos a lo largo del tiempo, y por lo tanto definirlos, juzgarlos o calificarlos dentro de alguna categoría, sería desconocer las particularidades de los contextos y de sus participantes. Por lo tanto, estos hallazgos sirven como referente para el futuro, teniendo en cuenta que se trata de experiencias que pasan por diferentes fases, de acuerdo con Van de Ven (2006) estos se podrían clasificar en una etapa inicial de emergencia, en la que se identifican las problemáticas y se buscan posibles estrategias; seguida de una etapa de desarrollo, en la que las estrategias son puestas en práctica y donde los aprendizajes van generando nuevas formas de acción y participación; y una tercer etapa, caracterizada por la articulación entre experiencias complementarias, dando lugar a la emergencia de procesos más contundentes. Sin embargo, como hemos visto a lo largo de esta tesis, este tipo de experiencias se ubican en escenarios que se encuentran atravesados por factores sociales, políticos y económicos diversos que hacen que sus etapas puedan variar de múltiples formas, el ejemplo más ilustrativo es el caso Mercados Campesinos, en donde sus participantes se vieron obligados a recomponer sus estrategias y vínculos, como parte de los cambios que tuvieron que enfrentar.

Sin importar la fase en la que se ubican, los integrantes de estas experiencias enfrentan situaciones que los incomodan y dan lugar a posicionamientos frente a aquello que los condiciona, pero que en el momento en que alcanzan los espacios colectivos se pueden llegar a transformar en demandas más amplias, que a su vez se logran traducir en luchas, discursos y reivindicaciones colectivas como por ejemplo frente al uso de fumigaciones aéreas, el cultivo de transgénicos, las negociaciones de los tratadas de libre comercio, el avances de la minería, la tala y la explotación de la naturaleza y por el reconocimiento político del campesinado, entre otras. Pero como mencionábamos anteriormente, es en lo cotidiano en donde el sujeto comienza a generar sus propias luchas y reivindicaciones. Por ejemplo, como menciona una líder comunal en Colombia,

“la incidencia política también se ve en los hijos y lo digo por experiencia, lo que uno le enseña a sus hijos y lo que ellos ven que usted está haciendo es determinante, usted ve que los hijos que van con padres a las reuniones, a los mercados, a las marchas, esos hijos crecen con un pensamiento diferente, crítico y sabiendo de donde vienen. Es algo transgeneracional, por eso si usted sí logra involucrar a las nuevas generaciones, ahí uno puede ver que esos niños van a ser críticos cuando grandes y propositivos con una posición política y social” (Actores externos, Bogotá, junio 2016)

Por lo tanto, como menciona Polanyi (1994:109), refiriéndose al proceso económicos, pero que desde nuestra interpretación puede ser adaptado a las luchas y reivindicaciones “Es necesario relacionar el proceso económico [las luchas y reivindicaciones] con las esferas culturales y políticas de la sociedad, puesto que tan sólo adquiere sentido dentro de esas matrices culturales”. Porque además la heterogeneidad de los proceso no permite que las luchas sean las mismas siempre, pero sí que converjan en función del reconocimiento del otro como parte de una identidad colectiva, que resiste y defiende el territorio, las semillas, el agua, su relaciones, vínculos y lazos comunitarios. “El campesino es el trabajador rural, sea colono, negro o indio. Es el que defiende la tierra y el territorio, es el que cuida el medio ambiente y produce coca en el caso de algunas regiones de Colombia, o alimentos. También son campesinos los siguen en el campo, y los que fueron asesinados, los

desplazados por la guerra, los desplazados por la fumigación, por la actividad petrolera” (Líder de la Mesa de Organizaciones sociales del Putumayo, en Machado, 2013:32)

Esto explica algunas de las consignas que plantean los movimientos sociales campesinos, indígenas, que muchas veces sin importar desde donde emergen, incluyen a la gran diversidad que los caracteriza: “*el campo no aguanta más*”, “*sin maíz no hay país*”, “*tierra para ser servida*”, “*todos somos agrodescendientes*”, “*juntos podemos enfriar el planeta*”, “*agricultura indígena y campesina ya*” entre otras, son algunas de las expresiones que apuntan a un cambio de paradigma frente al campo, y que se manifiestan en la disputa por los espacios físicos, muchas veces representado en el mercado o el espacio público (parques, plazas, calles) en donde el campesinado se hace visible, pero también desde sus territorios, veredas, comunidades, en donde la política pública generalmente no tiene en cuenta las necesidades del campesinado. Entonces por un lado al campesino le ha tocado vivir el ordenamiento del territorio y por ende el diseño de políticas públicas, como se lo han propuesto otros y no como él ha querido (Machado, 2013). La orientación y práctica de las políticas públicas están íntimamente relacionadas con los contextos regionales. La política pública se hace efectiva de acuerdo a las formas de poder que se ejercen en los territorios, de tal manera que su impacto será diferente si la territorialidad es propia del campesinado o de los empresarios. (Machado, 2013:47)

De allí, que las luchas no se reduzcan a la tierra, sino también a lucha por el territorio y su autonomía, a cambio de la dependencia de programa asistenciales, que en lugar de fortalecer al campesinado, han estimulado su desplazamiento desde sus territorios, para que puedan ser ocupados por parte de otros actores, lo que promueve un fuerte proceso de descampesinización del campo y genera dependencia en un sector de la población que había sido autosuficiente hasta hace algunos años (Machado, 2013).

Estas experiencias, por lo tanto, buscan la resignificación del espacio social, como escenario de lucha, encuentro y reconocimiento, confrontando al mercado tradicional y el anonimato que promueve. También se muestra la resignificación del espacio de la comunidad y la ciudadanía, reescribiendo prácticas, roles y valores que han sido impuestos, como por ejemplo el papel de la mujer, que en estas experiencias ha

logrado recuperar espacios dentro de las actividades de producción y reproducción dentro de la familia.

“Mucha participación de la mujer y mucho aporte de la mujer en ese espacio porque también fueron cambiándose muchos comportamientos, al principio era el hombre el que manejaba los recursos, cuando venían al mercado pues venían las mujeres pero los que manejaban el recurso y daban cuenta económicamente pues eran ellos, ya después eso poco a poco fue cambiando y ya después ellas eran las que venían y eran las que se hacían cargo de todo, de saber que traían y cuanto vendían eran ellas” (Promotora, Mercados Campesinos, Colombia, junio 2017)

Finalmente, en este apartado hubiéramos podido resaltar las grandes movilizaciones, luchas y reclamos del campesinado a nivel nacional e internacional, sin embargo, consideramos que las experiencias analizadas se ubican en un escenario en donde su principal motivación está en la posibilidad de reconocer el contexto local sus principales conflictos, disputas y retos, y a partir de allí generar sus propios mecanismos. Como menciona una de la líderes de los procesos campesinos y de agricultura urbana de Bogotá, y donde se resumen desde la voz de los actores, la importancia de estas experiencias, con sus contradicciones, limitaciones, pero con la intención de generar cambios desde lo local-cotidiano, desde los territorios.

“la estructura social que se conforman es lo que les da el éxito de no ser simples agricultores, o cualquier tipo de organización, sino realmente un grupo fortalecido desde el reconocerse como actores sociales cada uno de ellos y pues desde allí manejar otros elementos como son el rescate de saberes de cada uno, el hecho de que cada una de las personas empieza a cambiar su modelo cognitivo de resignificación de territorio y de resignificación de lo que ellos hacen y empezar a involucrar todo lo que ellos empiezan a aprender en los mercados, dentro y fuera de ellos, en las capacitaciones acerca de las basuras, del compostaje, de cómo alimentarse, de relacionarse, de cómo vender, como negociar con el intermediario, entonces esas dinámicas van encaminando una reeducación en las personas que están en los proceso y que cambian su vida de una manera positiva, porque dejan de ser las personas que hacen parte de un territorio pero que no lo saben, no lo conocen y no conocen

sus problemáticas, sino que de alguna manera el grupo lo que hace es gestionar muchos procesos para que las personas salgan, conozcan el territorio, las fuentes de agua, los humedales, los páramos, sus ríos, para que se sientan a hablar con los vecinos, con los otros productores, hasta con los intermediarios y se sientan propios en los temas que hablan, que realmente sean reconocido por lo que están diciendo que son cosas importantes para poder modificar el territorio” (Líder campesina, Bogotá, junio 2017).

Capítulo 8

Conclusiones

En esta investigación hemos realizado un recorrido por las principales estrategias que diseñan las experiencias estudiadas en torno a la transformación de los procesos productivos y su papel frente a la reivindicación del campesinado como un actor capaz de cuestionar y transformar las estructuras que lo niegan y excluyen. Este recorrido nos permitió identificar las principales características, virtudes, conflictos, retos y obstáculos presentes en las experiencias organizativas que integran esta investigación. Pese a enfrentar problemáticas comunes, las experiencias analizadas formulan estrategias diferenciadas basadas en los recursos de los que disponen sus participantes y de las trayectorias individuales y colectivas que los caracterizan. Esto nos señala que el campesinado no solo transmite sus demandas, sino que tiene la capacidad de diseñar respuestas y agenciar cambios sociales, políticos y económicos dentro de los contextos -urbanos y rurales- en los que participa.

Al responder a los interrogantes planteados, reconocimos los aspectos centrales de las prácticas organizativas y de los procesos de producción, distribución, intermediación y consumo de cada uno de los casos analizados e identificamos la forma en que inciden en ellos los factores estructurales y los actores externos, tanto en la configuración y diseño de sus estrategias como en la resolución de las problemática que enfrentan.

En términos teóricos, estas experiencias permiten explorar algunas de las posturas y debates en torno al campesinado y a la forma en que se interpretan el tipo de prácticas, vínculos y relaciones que despliegan en cada contexto. En ese sentido, aunado a la transformación de los procesos productivos, estas experiencias se convierten en referentes para pensar al campesinado como un actor relevante en términos sociales, políticos, económicos y ambientales.

Un elemento que cobra importancia, es la forma en que se concibe y nombra al campesinado, entendiendo que, a partir de allí, se despliegan diversas perspectivas en torno a su reconocimiento social, político, económico y cultural. Pese a que las experiencias analizadas adoptan diferentes categorías para referirse al campesinado - productores locales, pequeños productores, productores orgánicos, productores

agroecológicos, entre otros- todas ellas se fundan en el tipo de prácticas que las y los campesinos desarrollan, las cuales, a su vez, responden a aspectos culturales, locales e identitarios que se alejan de su homogeneización y evolución hacia escenarios más “competitivos”.

Los participantes de estas experiencias escapan de categorías rígidas que los posicionan dentro de prácticas, lógicas o contextos determinados o aislados, lo cual es elocuente de la versatilidad del campesinado para integrarse a diferentes espacios y canales de comercialización -algunos más favorables que otros, incluso algunas veces desfavorables- pero que se fundan en criterios individuales y colectivos para alcanzar balances entre consumo-trabajo, sociedad-naturaleza, producción-reproducción, recursos internos-externos, autonomía-dependencia y escala-intensidad, entre otros balances que no se basan exclusivamente en la obtención de beneficios económicos.

Al mismo tiempo, estos procesos permiten problematizar algunas posturas y debates; un ejemplo sería el que se da entre campesinistas y descampesinistas o entre la cuestión agraria y el capitalismo agrario, en el que hay posturas que continúan dedicadas al refinamiento de modelos teóricos bastante ideologizados (Tocancipá-Falla, 2005) que esencializan al campesinado y no reconocen su inmersión en múltiples procesos pues insisten en entenderlo a partir de escenarios duales como *campesino / agricultor familiar, orgánico / agroecológico, intercambios directos / intermediación*, entre otras posiciones que muchas veces no captan los matices que existen entre esas categorías en contextos específicos.

Por lo tanto, frente a la heterogeneidad que caracteriza al campesinado es importante considerar el contexto socio-histórico y geográfico de enunciación de los debates y posturas que emergen en torno a las prácticas, vínculos y perspectivas campesinas, teniendo en cuenta que diferentes contextos y actores pueden dar cuenta de nuevos escenarios por explorar. Lo anterior se evidencia en la forma en que son entendidos los movimientos del campo a la ciudad y viceversa, los cuales de acuerdo a algunos autores (Ploeg, 2008; Rosset y Martínez, 2016; y Sevilla, 2006; entre otros) son cíclicos y pueden ser interpretados como procesos de recampesinización y

descampesinización, reflejando además la relación del campesinado con el contexto social, político y económico en el que se ubican sus prácticas.

Los aportes en torno a la defensa de la tierra y del territorio y la reivindicación de prácticas y conocimientos culturales realizados por movimientos sociales, campesinos, indígenas, afrodescendientes, de campesinos sin tierra, de desplazados por la violencia, entre otros, demuestran la importancia de integrar a los debates elementos que resignifiquen formas de vivir y entender los territorios por fuera de los marcos de referencia hegemónicos. Para ello es necesario reconocer y resignificar los procesos en los que se ponen en juego la construcción de la palabra como herramienta principal para la reivindicación de la identidad y, junto a esta, la posibilidad de transmitir demandas en diferentes escenarios.

En ese sentido, uno de los retos de esta investigación fue lograr integrar los diferentes aportes teóricos que emergen desde diferentes áreas del conocimiento en torno al campesinado con las posturas expresadas por los participantes de los procesos organizativos, de producción y comercialización que integran este trabajo, en torno a su papel dentro de las diferentes etapas del proceso productivo. Para ello, reconocemos que el uso de definiciones, conceptos, discusiones y recomendaciones que se producen dentro de espacios “privilegiados” como las universidades, las instituciones gubernamentales, o las agencias de apoyo, pueden llegar a desconocer los contextos y las realidades del campesinado. Este fenómeno reproduce una dinámica en la que se aprenden y adaptan conceptos previamente elaborados “*y los reproducimos en la lectura de nuestra realidad(es), aun cuando esta no es, necesariamente, la única dirección posible*” (Tocancipa-Falla, 2005: 34).

Esta situación, da lugar a que se desconozcan procesos que no pueden ser explicados a partir de conceptos y definiciones rígidas. Para superar esto, es necesario reconocer el papel que juega la historia dentro de cada proceso, pero más importante aún es integrar la historicidad de cada experiencia, en la medida que es allí donde se ponen en juego disputas, vínculos, relaciones y transformaciones en torno a los objetivos que se plantean. Por lo tanto, más allá de la descripción o sustitución de los conceptos y

categorías, es necesario reconocer en qué medida esos conceptos están explicando las realidades, desde sus territorios, coyunturas, problemáticas y estrategias.

Una de las contribuciones de esta investigación es su diseño metodológico fundado en la indagación de situaciones/problemáticas similares que son enfrentadas de formas diversas a partir de los recursos individuales y colectivos con los que cuentan los participantes, lo cual también permite explorar las virtudes y relevancia de analizar la forma en que estos procesos se consolidan en diferentes escenarios sociales, políticos, económicos y culturales. Por lo tanto, integrar experiencias ubicadas en dos países, Colombia y México, que comparten semejanzas, pero que también se diferencian en múltiples aspectos, permitió contrastar y analizar problemáticas comunes que se originan a raíz del impacto del modelo agroalimentario dominante dentro de los contextos en los que se ubican y que se enfrenta a partir de estrategias diversas. Esta diversidad de estrategias permite que este trabajo logre establecer puentes entre este tipo de experiencias que permita avanzar hacia el diseño de estrategias cada vez más contundentes y acordes a los contextos locales.

A continuación, sintetizamos las principales conclusiones de esta investigación a partir de su relevancia dentro de ámbitos socioculturales, políticos, económicos y ambientales diversos, así como dentro de los procesos organizativos y las diferentes etapas del proceso productivos: producción, comercialización e intermediación y consumo.

La relevancia de los mercados locales en múltiples ámbitos de lo social

La oportunidad de haber conocido de cerca el proceso de Mercados Campesinos en su fase actual y a partir de la memoria de sus participantes, la experiencia de AgroSolidaria en dos de sus seccionales, así como el trabajo que vienen realizando las experiencias de los tianguis y mercados agroecológicos en México, en particular el Alternativo de Puebla, el Macuilli Teotzin, el Mayab y el Agroecológico de José María Morelos, nos permitió integrar elementos que plantean la posibilidad de pensar estas experiencias como alternativas frente a algunas de las presiones ejercidas por el modelo agroalimentario. Si bien no es posible generalizar en torno a sus virtudes y contradicciones, sí podemos afirmar que su emergencia parte de la necesidad de transformar las relaciones hegemónicas en los procesos productivos. Para entender su

relevancia es necesario considerar su aporte en lo sociocultural, económico, lo político y ambiental, dimensiones que exploramos a continuación.

En lo sociocultural

Estas experiencias recuperan el vínculo entre el campo y la ciudad, defienden los territorios, renuevan las relaciones sociales y reivindican la identidad campesina e indígena. Para esto, los contextos urbanos se han convertido en un escenario apropiado para la consolidación de estos procesos, para acceder a mejores condiciones de negociación, y en ese recorrido han podido recuperar espacios para visibilizar realidades desconocidas para la población urbana. De allí que el espacio común del mercado, además de facilitar los intercambios económicos, expresa identidad, etnicidad y cultura, constituye un escenario sociocultural construido a partir de la diversidad de sus protagonistas desde su propia cotidianidad.

La participación de los campesinos dentro de este tipo de escenarios representa la oportunidad de socializar con otros participantes, no necesariamente intercambiando productos, saberes o conocimientos, sino también generando lazos de amistad y confianza, construyendo redes de apoyo y expresando sus propias raíces culturales (Ploeg, 2015). De allí que estas experiencias, en diferentes intensidades, contengan un fuerte sentido reivindicativo de y hacia lo campesino, manifestado por la mayoría de los productores, quienes se enorgullecen de tener antepasados que supieron resistir a factores externos y quienes ahora ven como un logro la posibilidad de compartir un espacio común -dentro de la ciudad o con fuertes vínculos hacia ella- que evoca y afianza la identidad campesina. No podemos afirmar que este sentir se manifiesta de la misma forma en todas las experiencias analizadas, pero sí que existe un esfuerzo por el rescate de prácticas y conocimientos que han sido invisibilizados, y que adquieren sentidos diversos para sus participantes.

Junto a la reivindicación de la identidad, desde este tipo de escenario y procesos organizativos observamos esfuerzos que apuntan a la recuperación de territorios en contextos urbanos. Esto significa pensar que desde estos procesos se da también la posibilidad de reactivar mecanismos de recampesinización desde lo urbano; en ese sentido, al campesinado también hay que pensarlo en su relación con la ciudad,

considerando que *“hay que trabajar no solo con los campesinos que están en la finca sino con los que habitan en las ciudades”* (Machado, 2013:71).

En la investigación identificamos principios y valores alternativos a los impuestos por el modelo económico y agroalimentario dominantes que se encuentran presentes en los actores que integran estas experiencias; se trata de valores desde los que se reconstruyen lazos sociales, empatías y formas de apoyo que se contraponen a lo que Hinkelammert y Mora (2009) han denominado la ética del mercado, bajo la cual el neoliberalismo se ha apropiado del mercado para normalizar relaciones anónimas, distantes y homogéneas. Estas experiencias buscan confrontar estas lógicas a partir de la emergencia de valores alternativos como justicia, solidaridad, respeto, confianza. Un ejemplo es el significado que adquieren los intercambios directos que representan relaciones próximas y fraternas, pero también la posibilidad de transformar la intermediación a partir de relaciones solidarias basadas en la confianza. Otro ejemplo, lo ubicamos en la implementación de prácticas agroecológicas, en donde más allá de las técnicas de producción, se reivindican procesos de diálogo e intercambio de saberes entre campesinos, recuperando los espacios cotidianos de interacción y privilegiando la voz entre iguales por encima de recomendaciones y opiniones de técnicos y expertos que desconocen las realidades de los contextos sobre los cuales buscan intervenir. Esta característica se ve limitada en algunas experiencias que han optado por la integración de actores externos de validación y control, viendo limitadas las relaciones entre productores, sin embargo, a pesar de ello, han logrado desplegar formas de diálogo e intercambio entre los participantes.

Finalmente, los casos estudiados no se agotan en la producción e intercambio de alimentos sino que fortalecen procesos territoriales en los que se reconstruyen y afianzan identidades individuales y colectivas en torno a lo campesino y, a partir de allí, también avanzan hacia la recuperación de distintos espacios, prácticas, saberes, vínculos y sentidos.

En lo económico

La posibilidad de redistribuir la riqueza a partir de la participación dentro de las diferentes etapas del proceso productivo de manera activa y autónoma se convierte en

una de las virtudes de estos procesos. En ese sentido, su potencial transformador es evidenciar que otras formas económicas son posibles, no necesariamente por fuera del capitalismo, pero sí integrando prácticas y relaciones que permitan tomar distancia de los circuitos convencionales, creando circuitos en los que dinero circula varias veces en la economía local, generando empleo para que los campesinos obtengan mejores ingresos (Rosset, 2007).

La construcción de otra economía plantea a este tipo de experiencias múltiples desafíos que van desde mostrar que es posible obtener ingresos que permitan el sostenimiento de las familias campesinas y de las unidades de producción, hasta distanciarse de los mecanismos de precios, compra de insumos y abasto de alimentos dentro de los circuitos convencionales. En términos generales, la actividad económica está determinada por el tipo de relaciones que se crean en cada una de las etapas del proceso productivo, desde la obtención de los insumos, hasta la forma en que se ingresa al mercado y los beneficios o resultados que se obtienen.

Los productores que integran estas experiencias, plantean la existencia de una racionalidad no economicista dentro de la toma de decisiones de la unidad familiar y productiva. Integran diferentes balances en el diseño de estrategias de producción y reproducción -individuales y colectivas- que les permite gestionar la mano de obra, los medios de producción, el acceso a insumos, la participación en el mercado. Para esto, sus participantes buscan articulaciones para reconstruir la forma en que se crea y se apropia el valor dentro de las diferentes relaciones y actividades en las que se involucran.

Por lo tanto, las estrategias colectivas que diseñan sus participantes estimulan diversas formas de involucramientos, incluyendo la gestión de los espacios de comercialización, la distribución de las responsabilidades y funciones, las posturas en torno a los apoyos externos y la dependencia que estos crean, pero de alguna manera cada una de estas actividades confronta al modelo de producción y distribución de alimentos y sus consecuencias en la medida que son acordadas y distribuidas entre los participantes, en función de sus intereses, posibilidades y recursos.

Por otro lado, un tema relevante alrededor de lo económico gira en torno a la forma en que se resuelve el precio de los productos. En las experiencias analizadas existen esfuerzos por generar acuerdos colectivos, aunque la mayoría de ellos aún se vinculan a los precios del mercado convencional, en algunos casos, existen mecanismos para determinar el costo de producción y en otros se llegan a acuerdos entre productores y consumidores a fin de establecer precios fijos durante periodos de tiempo y reducir la incertidumbre para las partes involucradas.

Sin embargo, los debates que se dan alrededor de los mecanismos con los que se fijan los precios requieren más profundidad y experimentación pues por un lado, remiten a la forma en que se valoran los productos, el trabajo y los procesos en los que se participan, pero por el otro, pueden resultar excluyentes y reproducir nichos de mercado para determinado tipo de consumidores y productores.

Pensar en estas experiencias como una alternativa económica para sus participantes - así como avanzar hacia economías alternativas-, implica analizar la dependencia o autonomía que logran los campesinos frente al mercado hegemónico, es decir, preguntarnos por qué aspectos de la producción y reproducción logran resolverse y de qué manera y bajo qué mecanismos se busca su fortalecimiento. Al mismo tiempo, supone profundizar en el tipo de participantes y las necesidades que logran resolver. En los casos analizados estos son dos de los principales retos, en la medida en que, a pesar de tratarse de espacios cuya emergencia respondía a la posibilidad de favorecer a los campesinos, observamos una presencia mayoritaria de transformadores, situación que es reconocida por los participantes sin que esto se traduzca en estrategias concretas.

En cuanto al tipo de discursos, las demandas y reivindicaciones que emergen dentro de estos procesos adquieren sentidos que se vinculan con la necesidad de luchar por la soberanía alimentaria, la agroecología, la economía campesina y su diálogo con propuestas complementarias. Este tipo de vínculos se unen en un horizonte común que aspira a la construcción de un proyecto de sociedad diferente. Junto a este tipo de discursos ubicamos, el vínculo que se crea con espacios, redes e iniciativas locales, regionales e internaciones en donde se articulan múltiples esfuerzos y búsquedas frente

a la inestabilidad del sistema económico y la posibilidad de construir relaciones, vínculos y acuerdos sobre la bases de relaciones sociales más justas y solidarias.

En lo político

Las experiencias representan la oportunidad de disputar espacios de construcción de políticas públicas, de alcanzar una mayor representatividad en escenarios locales, regionales y nacionales, pero también de fortalecer prácticas cotidianas que signifiquen mayor presencia y visibilidad sobre escenarios de poder, igualmente cotidianos. En estos contextos lo campesino adquiere un nuevo sentido, en la medida que se construye en torno a una identidad que plantea demandas y construye discursos en torno a su papel dentro de la sociedad, no únicamente como productor de alimentos.

Un elemento central es la forma en que se vive, construyen y reconstruyen los territorios, en las disputas que tienen lugar en el campo y en la ciudad por la defensa de modos de vivir, producir y relacionarse en determinados territorios. Lo político dentro de estas experiencias se refleja en la disputa de las relaciones de poder, no necesariamente expresada en confrontaciones directas, sino en la forma en que se resignifican espacios, prácticas, racionalidades y cosmovisiones (Mançano, 2004; 2005).

Este tipo de experiencias construyen, constituyen y simbolizan un proyecto societal distinto al de la sociedad de mercado que excluye, y conforman embriones que "amplían las señales de futuro" (Santos, 2005), que posibilitan vislumbrar la construcción de "otra economía" y "otra política", en la medida que la construcción de otra economía "es una tarea intrínsecamente política, dado que intenta constituirse como un programa complejo de acción colectiva, que busca dotar de otro sentido trascendente a las acciones cotidianas individuales" (Coraggio, 2004).

Por lo tanto, las disputas por el poder se expresan en los espacios individuales, como la unidad familiar y la unidad de producción, y colectivos, como el espacio del mercado, los espacios públicos en la ciudad, instituciones académicas, entre otras instituciones en los que se observan tensiones frente a la construcción del poder y el potencial de visibilizar la problemáticas rurales dentro de escenarios urbanos que por lo general

desconocen las desigualdades a las que se enfrenta el campesinado. Este tipo de espacios afianzan vínculos entre consumidores y productores, distanciados por la lógica hegemónica del mercado, pero que a partir de este tipo de encuentros logran resignificar espacios, prácticas y relaciones, recreando relaciones más empáticas, solidarias y politizadas entre el campo y la ciudad.

Estas experiencias representan formas diversas de reconstruir el mercado mediante encuentros presenciales, de canastas de consumo, de intermediarios solidarios que confrontan y cuestionan los mecanismos del mercado capitalista y por lo tanto adquieren un sentido político muy potente frente a la transformación de los procesos productivos y la reivindicación del campesinado.

Al incorporar formas diferenciadas de producir, comercializar y distribuir, los casos estudiados expresan la reivindicación del campesinado como un actor político que, a pesar de que ha sido negado, continua diseñando estrategias de participación y resistencia. Por lo tanto, el sentido político de estas experiencias permite pensarlas como una plataforma que reafirma el derecho del campesinado de ser parte de la construcción de políticas públicas que lo reconozcan como un actor diferenciado, con sus propias prácticas, tradiciones, vínculos e intereses en el territorio.

Finalmente, estas experiencias se convierten en una opción para la transformación de las lógicas del poder y de su participación activa en escenarios más amplios. Estos procesos se aprecian de formas diversas dentro de los contextos locales en los que se ubican, algunas con resultados más evidentes frente a su incidencia en la construcción de políticas públicas, otras más enfocadas en la promoción de un consumo crítico, pero todas ellas se afianzan a partir de la resignificación de lo político-cotidiano, expresado en las relaciones, el consumo, los diálogos y las prácticas que tienen lugar entre sus participantes.

En lo ambiental

Los diferentes procesos que dinamizan los participantes de los mercados parten de la posibilidad de reconstruir el vínculo con la naturaleza y con el entorno, principalmente desde las prácticas productivas. Al mismo tiempo, dentro de los territorios, los campesinos y campesinas se enfrenta a otro tipo de luchas que logran ser visibilizadas

dentro de estas experiencias y permiten transmitir luchas del campo a la ciudad. Algunas de ellas asociadas a la defensa del agua, en contra de los proyectos extractivos, de los monocultivos, de los transgénicos, de las fumigaciones, entre otras.

Uno de los aspectos que incide directamente en el cuidado y respeto por la naturaleza tiene que ver con el tipo de prácticas, especialmente con la producción agroecológica, la cual además de eliminar el uso de insumos químicos, promueve prácticas basadas en los conocimientos locales, lo cual implica reconocer las condiciones sociales y ambientales de los campesinos dentro de sus territorios.

Los procesos productivos como escenario de múltiples transformaciones

A partir de las estrategias diseñadas, los casos analizados han logrado transformaciones dentro de los procesos productivos que se reflejan en un distanciamiento cada vez más radical de los circuitos convencionales de acceso a insumos, canales de comercialización, relaciones de intercambio, espacios de diálogo y participación, así como también algunas transformaciones frente a los hábitos de consumo. Pese a que las transformaciones dependen de los contextos en los que se ubican, del tipo de actores que se involucren y de las problemáticas que identifican sus participantes, existen aspectos comunes sobre los cuales existe la posibilidad de incidir a lo largo de las etapas del proceso productivo.

Frente a los procesos organizativos

Hemos visto cómo estas experiencias evidencian la posibilidad de construir estrategias basadas en diferentes formas organizativas en donde las trayectorias de sus participantes ponen en juego intereses, motivaciones y trayectorias que dinamizan estrategias individuales y colectivas y en donde identificamos virtudes, conflictos y contradicciones.

Un elemento importante tiene que ver con la forma en que los participantes se integran a los procesos organizativos de manera activa, la forma en que transitan entre sus actividades principales y las actividades colectivas que van dando sentido al espacio común. En ese sentido, lo que en un principio fue considerado una oportunidad de acceder a mejores precios, para la mayoría de los participantes se convierte en la

posibilidad de disputar formas de producir, comercializar y consumir que se articulan con el tipo de relaciones sociales que buscan construir.

Por lo tanto, las formas de participación dentro de los procesos organizativos se vinculan con el posicionamiento de los sujetos implicados, lo cual puede ser desde un mínimo involucramiento, asistiendo a los mercados presenciales, hasta el ser parte y ser consciente de la propia incidencia y capacidad de agencia. En ese sentido, en algunas experiencias identificamos formas de participación activa más evidentes que en otras, pero también observamos que este autoreconocimiento puede llevar a que los actores integren factores movilizados que afianzan los procesos organizativos, potenciando de esta manera su propia capacidad de interpelar a actores e instituciones.

Los procesos organizativos difieren entre sí específicamente a partir de la forma en que se ponen en juego las demandas y reivindicaciones que dieron lugar a su emergencia. De allí, que pese a reconocer los problemas de comercialización e intermediación como el detonante de cada proceso, es recurrente encontrar situaciones contradictorias y tensiones entre ese tipo de experiencias y dentro de ellas mismas. Por lo tanto, la forma en que se configuran pueden dar lugar tanto una herramienta de disciplinamiento como de transformación y lucha contrahegemónica (Oraisón, 2013).

Las diferencias en la forma en que se configuran estas experiencias, los grados de participación en la formulación de demandas, en el diseño de estrategias y en posturas frente a temas transversales (tipo de producción, vínculos con actores externos, canales de comercialización, tipo de consumidores) exige no caer en generalizaciones que pongan a este tipo de experiencias dentro de un espacio homogeneizador, y que por lo tanto termine legitimando desigualdades o creando falsas expectativas de cambio sobre la base de la reproducción de prácticas hegemónicas. Para esto es necesario, como lo expresan los participantes de algunas de las experiencias analizadas, poner en evidencia las estructuras sociales de dominación y las relaciones de desigualdad que deben enfrentar.

En ese sentido, en la medida que este tipo de experiencias no logren escalar hacia la transmisión de demandas colectivas, tampoco se podrá transitar a la disputa de espacios más amplios que reconozca *“en el otro y en sí mismos, a un interlocutor válido*

y necesario. Desde este posicionamiento el sujeto puede reafirmar sus derechos subjetivos y sociales (tener parte); involucrarse y comprometerse (ser parte), y poder decir acerca de las cuestiones que directa o indirectamente le afectan (tomar parte)” (Benítez, 2013:43). Así se podrá minimizar la posibilidad de que las lógicas de poder hegemónicas terminen cooptando los esfuerzos y las estrategias de reivindicación, implementando mecanismos de contención que no produzcan cambios significativos y reduzcan el poder de transformación política que tienen estas experiencias que, en la mayoría de los casos, suponen procesos en donde los resultados y logros se verán en el largo plazo.

En términos de los procesos organizativos que dinamizan las experiencias analizadas se reflejan diferentes grados de participación que en algunos casos corren el riesgo de estar más cercanos a la heteronomía que a la autonomía. Esta postura evita que las personas pongan en cuestión determinadas decisiones y posturas y que, por lo tanto, no se discuta sobre los mecanismos de control y vigilancia, la distribución de la riqueza, o la dependencia de actores externos como tema de fondo de las desigualdades (Santiago, 2010).

Finalmente, estos procesos organizativos si bien se fundan sobre la posibilidad de reunir demandas colectivas, en la medida que éstas no sean transmitidas a otro tipo de actores, su papel transformador dentro de la escena política queda relegado. Al mismo tiempo, su presencia permite confrontar escenarios en los que la participación se ha posesionado como una categoría positiva, sin embargo, en la práctica ésta puede adquirir un carácter utilitarista y enmascarada de relaciones desiguales, muchas veces permitiendo la legitimación de prácticas no democráticas o regresivas socialmente (Benítez, 2013). Lo anterior se refleja en las estrategias del modelo agroalimentario por integrar al campesinado dentro de diferentes programas de apoyo, en donde su implementación incide en la fragmentación de los procesos organizativos y en la pérdida de autonomía en la toma de decisiones.

Frente a el proceso de producción

Los casos seleccionados coinciden en la importancia de la transformación/recuperación de las prácticas productivas, para lo cual se han realizado esfuerzos por implementar

procesos de transición productiva, algunos nombrados por sus promotores - principalmente- como orgánicas o agroecológicas, pero que en la práctica, se construyen a partir de la integración de diversos saberes y conocimientos.

Dentro de las experiencias analizadas encontramos una mayor afinidad entre los procesos productivos y la propuesta agroecológica, no por el tipo de técnicas o prácticas de producción, sino porque en su construcción se integran dimensiones sociales, políticas, culturales y ambientales que dentro de la producción orgánica son opacadas por los procesos de control y verificación.

Es ese sentido, los espacios productivos, tienen el potencial de convertirse en espacios educativos, en la medida que sean transformadores, *“O sea, si no sólo produce sino que lo hace de un modo que supone construir relaciones humanas y no destruirlas”* (Zibechi, 2007:31). Por lo tanto, además de sustituir insumos, este tipo de experiencias buscan eliminar relaciones jerárquicas y subordinadas, a partir del fortalecimiento de la cooperación y la solidaridad dentro de las prácticas productivas. Para esto, la integración de los miembros de la familia dentro de las diferentes actividades de producción y transformación se convierte en un símbolo de renovación del campo, además de generar mayores grados de autonomía y control sobre el territorio y sobre los medios de producción.

Por otro lado, la mayoría de las experiencias se alejan del mercado de insumos químicos y elaboran sus propias preparaciones, lo que en términos de la producción reduce los costos y la dependencia de factores externos. Al mismo tiempo, las semillas constituyen uno de los emblemas frente a la transformación de los procesos productivos y la conservación de la diversidad biocultural; para ello, las ferias, intercambios y rescate de semillas y alimentos tradicionales constituyen una de las estrategias más importantes frente a transformación de los sistemas agroalimentarios locales y, por lo tanto, frente a los hábitos de consumo.

De allí que podamos afirmar que estas experiencias representen sentidos muy potentes en cuanto a la recuperación de saberes, técnicas y variedades propias de los contextos locales en los que se ubican. Pero adicionalmente, permiten reconocer los ciclos y tiempos de la naturaleza, los cuales han sido relegados por la inmediatez que proponen

los sistemas de producción agroindustriales. Por lo tanto, la oferta de estos mercados obedece a las temporadas climáticas y regímenes de lluvias, desvirtuando el imaginario frente al cual existe la posibilidad de producir los mismos alimentos durante todo el año.

En ese sentido, los procesos de producción deben ser analizados a partir de sus vínculos con las otras etapas del proceso productivo, en la medida que solo a partir de identificar para quiénes se produce, qué tipo de alimentos se consumen y cómo circulan y se comercializan dichos alimentos, será posible analizar el tipo de alternativas que plantean frente al modelo de producción imperante que genera dependencia y exclusión.

Frente a los procesos de comercialización e intermediación

Esta es la etapa que mayores retos supone para los participantes de estas experiencias, pero al mismo tiempo es la etapa frente a la cual se han diseñado y consolidado diversas estrategias. Sobresalen aquellas que parten de la posibilidad de afianzar los intercambios directos entre productores y consumidores, así como algunas formas de intermediación dinamizadas a partir de la implementación de canastas y mercados a domicilio. Al tiempo, observamos una fuerte negación frente a los procesos de intermediación, pese a que estos constituyan, en muchos casos, el principal canal de comercialización de la mayoría de los productores.

En ese sentido, además de reconocer las virtudes que ofrece entablar relaciones directas basadas en la reconstrucción de las relaciones de intercambio, mayores grados de solidaridad, respeto y confianza, consideramos que dicha estrategia requiere complementarse con otras formas de intermediación que impliquen otras lógicas.

La recuperación del mercado como espacio físico y epicentro de nuevas relaciones e intercambios adquiere sentido en la medida que integre las realidades que enfrentan los productores, las cuales se caracterizan por los obstáculos que suponen la participación de encuentros presenciales (acceso a vehículos, edad, distancias). Por lo tanto, negar la participación de los productores dentro de otros espacios, circuitos y relaciones de intermediación reproduce lógicas que buscan la centralización y la dependencia, en este caso de mercados presenciales, con el agravante de que estos no logran absorber el total de la producción de los campesinos.

Adicionalmente, si tenemos en cuenta que la mayoría de las experiencias analizadas se caracterizan por la intermitencia de los encuentros presenciales, negar la participación de los campesinos dentro de otros circuitos implica condicionar su participación en espacios que, en vez de favorecerlos, los terminan perjudicando. En ese sentido, negar la presencia de los intermediarios supone desviar la atención de una de las mayores problemáticas que deben enfrentar los campesinos, con el agravante de que dicha negación también implica restarle importancia a las relaciones tradicionales entre campesinos, transformadores, camioneros, que a pesar de sus contradicciones, manifiestan vínculos forjados a lo largo del tiempo que han permitido resolver algunas de las necesidades del campesinado.

En ese sentido, para considerar estas experiencias como una oportunidad de transformar los procesos de comercialización e intermediación se deben integrar mecanismos que reconozcan escenarios compartidos con otros mercados a fin de incidir en escenarios más amplios; para ello se requiere que las propuestas y estrategias no se agoten en la pretensión de consolidar canales cortos y locales o en procesos de producción orgánica, en la medida que son características que la mayoría de estas experiencias logran satisfacer. Por lo tanto, colocar el foco de la transformación en alguna de estas características puede limitar su carácter transformador o bien, puede dar lugar a nuevos retos frente a los procesos de comercialización. En torno a los procesos de producción certificados, ocurre algo similar; en la medida en que concentrar los objetivos en la implementación de normas y mecanismos de control puede limitar los procesos de transformación a la implementación de mecanismos de control y verificación (Hebinck, Schneider y Ploeg, 2016).

Por otro lado, es preciso mencionar que las primeras etapas que describen estas experiencias se caracterizan por la posibilidad de diferenciarse del mercado convencional, y en la medida que se consolidan van integrando nuevos objetivos y estrategias de transformación más amplias para disputar otros escenarios. Pese a que en un principio algunas de estas estrategias sean susceptibles de ser cooptadas o convencionalizadas por el modelo agroalimentario (Guthman, 2004), es la posibilidad de superar dichas lógicas la que reafirman su carácter alternativo. De lo contrario,

estaríamos reafirmando una postura subordinada en la que el mercado hegemónico no puede ser vencido y que inevitablemente excluye y relega la posibilidad de cambio. Por lo tanto, la reivindicación de esta etapa implica reconocer formas diversas de participación, sin las cuales los campesinos no podría resolver sus necesidades.

Es importante visibilizar formas de intercambio que no estén regidas por el dinero o que se realicen dentro de circuitos locales, lo que en términos sociales, políticos y económicos, representa la posibilidad de salirse del control del modelo hegemónico y fortalecer relaciones y economías locales (Rosset, 2007).

Finalmente, esta etapa del proceso productivo es la que supone mayores retos y contradicciones, en la medida en que, por un lado, se reconoce el impacto negativo de la concentración de las cadenas de distribución y las relaciones desiguales de negociación a las que se enfrentan los campesinos, pero por otro lado, las estrategias planteadas aun no logran integrar la transformación de estas desigualdades, sino más bien buscan, a partir de su negación, la posibilidad de incentivar relaciones más justas.

Frente al consumo

Estas experiencias significan una crítica al modelo agroalimentario y su homogeneización de las dietas a nivel mundial, en ese sentido, uno de los actos transformadores durante esta etapa tiene que ver con la posibilidad de recuperar variedades de productos tradicionales, con reivindicación cultural e identitaria que se vincula a la alimentación, y por lo tanto permite tener pistas sobre la autonomía y la soberanía alimentaria de los pueblos.

Sin embargo, pese a que existen estrategias que estimulan la recuperación de productos, recetas y usos de productos tradicionales, el esfuerzo de los productores no se ve reflejado en el cambio de los hábitos de consumo de quienes buscan productos diferenciados, pero dentro de una dieta homogeneizada. Por lo tanto, este tipo de contradicción pone sobre la mesa la importancia del papel del consumidor para lograr incidir desde el consumo en otras etapas del proceso productivo.

Por otro lado, observamos que los participantes de estas experiencias aún deben plantearse objetivos asociados a la posibilidad de incluir a un número cada vez mayor y

diverso de consumidores. Como mencionamos en el texto, en la mayoría de los casos analizados se han concentrado en atender a un grupo bien definido de consumidores caracterizados por el acceso a la información y la capacidad de compra.

Los consumidores que se vinculan con este tipo de experiencias reconocen en sus decisiones la oportunidad de incidir el tipo de prácticas de producción y comercialización, sin embargo en la medida que el consumo continúe vinculado a sectores de la población diferenciadas, estas experiencias continuarán estimulando la formación de nichos de mercado que satisfacen necesidades vinculadas con el culto al cuerpo y falsas soluciones a los problemas del campesinado.

Entre virtudes y retos. Una reflexión final frente a las experiencias analizadas.

En esta investigación se incluyeron diversas voces, contextos, posturas y propuestas que ofrecen elementos que permiten ubicar las experiencias analizadas dentro de un universo de propuestas que buscan modificar aspectos de las realidades que deben enfrentar productores, promotores y consumidores. Sin embargo, la intención de transformar los procesos productivos y reivindicar al campesinado continúa siendo el gran desafío para la mayoría de las experiencias analizadas.

No buscamos calificarlas o juzgarlas por sus logros o éxitos, cada experiencia junto con quienes la integran se mueve en direcciones y en momentos diferentes, en ese sentido, el análisis que acá presentamos fue una fotografía de un momento del tiempo en el que determinadas coyunturas, acontecimientos, conflictos, encuentros y desencuentros dieron lugar a esta investigación.

Reconocemos la importancia de estas experiencias, a partir de que su presencia en determinados contextos estimula la emergencia de otras formas de compartir, dialogar y transformar las relaciones en torno a los procesos organizativos, de producción, comercialización, intermediación y consumo. Reconocemos que su emergencia permite pensar en estos espacios de comercialización como la fisura del modelo agroalimentario, por la que se abren paso transformaciones más amplias y contundentes.

También reconocemos los vacíos que por ejemplo no se logran llenar a partir de encuentros intermitentes una vez al mes -como si los campesinos con eso lograran resolver sus necesidades-, ni con procesos organizativos que no logren disputar espacios físicos y simbólicos más decisivos, o de los retos que supone integrar a un número cada vez más amplio de campesinos y campesinas, entre otros.

En ese sentido, consideramos que una postura crítica frente a este tipo de experiencias da lugar a que se incentive su fortalecimiento a partir del diálogo y la participación de actores que, con diferentes trayectorias e intereses, aporten elementos para presenciar transformaciones más amplias y decisivas en torno a los procesos productivos y del papel de las y los campesinos en la construcción de un sistema alimentario que reconozca la diversidad y la importancia de la soberanía y la autonomía local, regional y nacional.

Al mismo tiempo, esta postura crítica cuestiona la idealización del consumo responsable, de los procesos de certificación, del papel de los y las académicas, de la mercantilización de las demandas y reivindicaciones campesinas como plataforma de acción.

Finalmente, el hecho de llegar hasta acá, en lugar de resolver y esclarecer el camino, significa la emergencia de nuevos interrogantes y puntos de partida para futuras investigaciones, vínculos, formas de participación y posturas frente a estos temas. El campesinado, su vigencia, sus virtudes, sus luchas y resistencia constituyen una parte apasionante de nuestra historia, de la historia que no se cuenta, que se niega y se desconoce. En ese sentido, este trabajo tuvo la intención de visibilizar y reivindicar la memoria y las voces del campesinado, que se mantienen vivas en múltiples historias, recuerdos y anécdotas que se construyen a partir del diálogo de cultural y generacional liderado por abuelos y abuelas que hablan de otro mundo posible, que aunque se refiere al pasado, se convierte hoy en una promesa de futuro.

Bibliografía

- Acosta, A. (2011). El Buen vivir en el camino del post-desarrollo. Algunas reflexiones al andar. *Debates Sobre Cooperación y Modelos de Desarrollo: Perspectivas Desde La Sociedad Civil En El Ecuador*.
- Acosta, A. (2013). El Buen Vivir: Sumak Kawsay, una oportunidad para imaginar otros mundos. Barcelona: Icaria.
- Altieri, M. Á. (1991). *Agroecología: las bases científicas para la agricultura alternativa*
- Amaya, N., Duarte, C., Muñoz, M. R., Reyes, A., & Rodríguez, T. (2016). *Siembra campesinado*.
- Bartra, A. (1982). *El comportamiento económico de la producción campesina*. Universidad Autónoma de Chapingo, México.
- Bartra, A. (2010). Tiempos turbulentos. Argumentos. México, DF, 23(63), 91-119.
- Bascuñán, O. (2009). Campesinos rebeldes. Las luchas del campesinado entre la modernización y la globalización. *Investigación y Debate*.
- Becker, H. (1975). Observación social y estudios de caso sociales. En Sills, D. Enciclopedia Internacional de las ciencias sociales. Madrid, Aguilar.
- Benites, M (2013) La participación como herramienta de politización de la desigualdad. En Pérez, A. M., y Oraison, M. Estudios sobre participación. procesos, sujetos y contextos. Estudios Sociológicos (Vol. 1). P. 25-45 <http://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Bernstein H (2012). Dinámicas de clase y transformación agraria. Universidad Autónoma de Zacatecas. Red Internacional de Migración y Desarrollo. México
- Bernstein, H. (2014). Food sovereignty via the “peasant way”: a sceptical view. *The Journal of Peasant Studies*. <http://doi.org/10.1080/03066150.2013.852082>
- Bernstein, H., Friedmann, H., van der Ploeg, J. D., Shanin, T., & White, B. (2018). Forum: Fifty years of debate on peasantries, 1966–2016. *Journal of Peasant Studies*, 45(4), 689–714. <http://doi.org/10.1080/03066150.2018.1439932>
- Borda, O. (1987). *Ciencia propia y colonialismo intelectual: los nuevos rumbos*. C. Valencia Editores.

- Borras, S. (2004). *La Vía Campesina: un movimiento en movimiento. Amsterdam: Transnational Institute.*
- Boucher, François y Poméon, Thomas. (2012). “De la agroindustria rural a los sistemas agroalimentarios localizados”. *Diálogos. Instituto para el desarrollo rural de Suramérica*, (79), 1-5.
- Bowen, H. P., & Wiersema, M. F. (1999). Matching method to paradigm in strategy research: limitations of cross-sectional analysis and some methodological alternatives. *Strategic management journal*, 20(7), 625-636.
- Burch, David. y Lawrence, Geoffrey. (2009). “Towards a third food regime: behind the transformation”. *Agriculture and Human Values*, 26(4), 267-279.
- Caballero, L (2012). Mercados, Agroecología y Economía Solidaria. En Hoja a hoja. Boletín digital mensual del Movimiento Agroecológico de América Latina y Caribe (10) 2
- Caballero, L., Dumraf, S., Gonzales, E., Mainella, F., y Moricz, M. (2010). Los procesos organizativos de la agricultura y la creación de ferias y mercado de economía social. *Otra Economía*, 4(7), 43–66.
- Calle, Á. (2008). Cultivos Sociales y Democracia. *Demokrazia: Ogi Gogorrari Hagin Zorrotza*, 39–68. Calle, 2008:43.
- Calle, Á., Gallar, D., & Candón, J. (2013). Agroecología política: la transición social hacia sistemas agroalimentarios sustentables. *Revista de Economía Crítica*, 244–277. Retrieved from <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4524489&info=resumen&idioma=ENG>
- Calle A, Soler M y Vara. (2009). La desafección al sistema agroalimentario: ciudadanía y redes sociales. In I Congreso Español de Sociología de la Alimentación. Gijón.
- Calle, A., Soler, M., y Rivera, M. (2011). Soberanía alimentaria y agroecología emergente: la democracia alimentaria. En A. Calle, *Aproximaciones a la democracia radical* 213-238. Barcelona, España: Icaria.
- Caracciolo, M. (2013). Los mercados y la construcción de tramas de valor en la Economía Social y Solidaria. Programa de Economía Solidaria. Buenos Aires.
- Carvalho., H. (2005). El Campesinado en el Siglo XXI. Posibilidades y

Condicionantes para su desarrollo en Brasil. Editorial Vozes.

Carvalho H. (2012). El campesinado contemporáneo como modo de producción y como clase social. Curitiba

Castilla, A., (2016) Proyecto de acto legislativo. EL campesino como sujeto de derechos en la Constitución colombiana

Castro-Gómez, S. (1996). *Crítica a la razón latinoamericana*. Barcelona: Puvill

Chaparro, A. (2014). *Sostenibilidad de la economía campesina en el proceso Mercado Campesino (Colombia)*. Bogotá, Colombia. Corporación Universitaria Minuto de Dios. Facultad de ingeniería.

Chauveau, C. y Taipe, D. (2012). Circuitos alternativos de comercialización. Estrategias de la agricultura familiar y campesina. Inventario, impacto y propuesta. Quito, Ecuador: AVSF.

Chayanov, A. (1985). *La organización de la unidad económica*. Buenos Aires.

Collin, L. (2014). Economía solidaria: local y diversa. *Tlaxcala, México: El Colegio de Tlaxcala, Centro Argentino de Etnología Americana*.

Concheiro, L., y Robles. H., (2010) *Espacios públicos y estrategias campesinas*. En "Espacios públicos y estrategias campesinas ante la crisis en México". Coordinadores: Concheiro y León. P.11-34. México.

Coraggio, J. (2001). *Economía Social y Solidaria. El trabajo antes que el capital*. Abya Yala, Quito. Ecuador

Coraggio, J. (2002). "La Economía Social como vía para otro desarrollo social". Documento de lanzamiento del debate sobre "Distintas propuestas de Economía Social" en Urbared, Red de Políticas Sociales.

Costa, N (1995) La mujer rural en México. IV Conferencia Mundial de la Mujer. Beijing, China

Crespo, B., y Sabin, F. (2014). Los mercados sociales. La economía solidaria en acción transformadora. *Monografía, 174*, 95-116.

Da Silva, W. (2014). Clase Campesina. Modo de ser, de vivir y de producir. Porto Alegre, RS, Brazil.

- De Sousa, S. (2002). Hacia una concepción multicultural de los derechos humanos. *El otro derecho*, (28), 59-83.
- De la O y Garner, E. (2012). Defining the “Family Farm”. Working paper, FAO.
- Deleuze, G. y Parnet, C. (1997) Diálogos. Valencia: Pre-textos
- Delgado, F. y Rico R. (2004). “El saber local y la agroecología en los ecosistemas de montañas de Bolivia: Un diálogo para la conservación de la diversidad cultural y biológica en el sistema universitario boliviano”, en Análisis de las políticas neoliberales y sus implicancias en la agricultura campesina (eds. F. Delgado, E. Serrano, M.A. García) pp. 81-92 (Agroecología Universidad Cochabamba) y Maela (Movimiento Agroecológico para Latinoamérica y el Caribe), Cochabamba.
- Delgado. M. (2010). El sistema agroalimentario globalizado: Imperios Alimentarios Y Degradación Social Y Ecológica. *Revista de Economía Crítica*, 10, 32–61.
- Denzin, N. K., y Lincoln, Y. S. (1994). *Handbook of qualitative research*. Sage publications, inc.
- Desmarais, Annette Aurélie (2008): La Vía Campesina, Madrid, Editorial Popular
- Dufumier, M. (2014). Agriculturas familiares, fertilidad de los suelos y sostenibilidad de los agroecosistemas. *Instituto de Altos Estudios Nacionales (IAEN)*, 55
- Durt, E. (1996). Articulación de los mercados en el mundo andino: de la chacra a la feria, del acopio a la distribución, del mercado al mundo. *Ruralter*. 15., 19, 27.
- DuPuis, E., y Goodman, D. (2005). Should we go “home” to eat?: Toward a reflexive politics of localism. *Journal of Rural Studies*, 21(3), 359–371. <http://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2005.05.011>
- Edelman, M. (2005). *Campesinos contra la globalización: Movimientos sociales rurales en Costa Rica*. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica.
- Ema, J. (2004). Del sujeto a la agencia (a través de lo político). *Athenea Digital*, 24(6), 1–24. <http://doi.org/10.5565/34133>
- Emanuelli, M., y Gutiérrez, R. (2013). Manual para juezas y jueces sobre la protección de los derechos de las campesinas y campesinos, 275.
- Engels F (1874): El origen de la familia, la propiedad privada y el estado, en K. Marx y F. Engels, Obras escogidas en tres tomos, t. III.

- Entrana, D. (1995). Viejas Y Nuevas Formas De Organización Campesina En El Medio Agrario Español. *Papers. Revista de Sociología*, (45), 57–79. Retrieved from <http://www.raco.cat/index.php/Papers/article/view/25265/58548>
- Escobar, A. (2011). Una minga para el posdesarrollo. *Signo y Pensamiento*, XXX(58), 306–312. Retrieved from http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-48232011000100020&script=sci_abstract
- Escobar, A. (2010). *Territorios de diferencia: lugar, movimientos, vida, redes*. Popayán, Colombia: Envión.
- Esteva, Gustavo 1994 Crónica del fin de una era. Editorial Posada. México
- ETC Group. (2017). ¿Quién nos alimentará? La red campesina alimentaria o la cadena agroindustrial.
- Fajardo M., D. (2002). Tierra, poder político y reformas agraria y rural. Cuadernos Tierra Y Justicia, 1Fajardo, 2010
- Fajardo., D. (2012). Colombia: dos décadas en los movimientos agrarios », *Cahiers des Amériques latines*, 71, 145-168.
- Fajardo, D. (2014). *Las guerras de la agricultura colombiana 1980-2010*. Bogotá, Colombia. ILSA
- Fanghanel, H (2005), “La liberación del maíz y el frijol en el 2008 en el marco del tlcán”, *Rumbo Rural*, año 1, núm. 2, septiembre-diciembre, pp. 80-91
- FAO. (2012). *El estado de los recursos de tierras y aguas del mundo para la alimentación y la agricultura. La gestión de los sistemas en situación de riesgo*.
- Fernández, F. (2012). “Alimentando el debate en torno al comercio y la soberanía alimentaria”. *Revista Soberanía Alimentaria, Biodiversidad y Cultura*, (8), 10.
- Forero, J. (2010). *El campesinado colombiano. entre el protagonismos y el desconocimiento de la sociedad*.
- Friedma, H., y McMichael, P. (1989). Agriculture and the state system: The rise and decline of national agricultures, 1870 to the present. *Sociologia ruralis*, 29(2), 93-117.
- Friedmann, H. (1993). The political economy of food: a global crisis. *New left review*, (197), 29-57.

- Friedmann, H. (2005). From colonialism to green capitalism: Social movements and emergence of food regimes. In *New directions in the sociology of global development* (pp. 227-264). Emerald Group Publishing Limited.
- Galvis Martínez. (2012). *Circuitos Cortos de Comercialización: Fuentes de Buena Vida* Tesis. El Colegio de la Frontera Sur
- Gallar, D. (2013). "Sistemas agroalimentarios sustentables: consumo relocalizado". *Instituto de sociología y Estudio Campesino (ISEC). Universidad de Córdoba.*
- Gallar, D., y Acosta, R. (2014). La resignificación campesinista de la ruralidad: La Universidad Rural Paulo Freire. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, 69(2), 285–304. <http://doi.org/10.3989/rdtp.2014.02.002>
- García, M. (2013). Aproximación teórica al estudio de la acción colectiva de protesta y los movimientos sociales, 18.
- García, R. (2015). *Tianguis alternativos locales en México, como puntos de encuentro micropolítico: en la búsqueda de posibilidades de vida en el presente.* Tesis doctoral: Universidad Autónoma de Puebla. México
- García S. (2007). El concepto de actor, reflexiones y propuestas para la ciencia política. *Andamios*, 3(6), 199–216.
- Gasca, J., y Torres, F. (2014). El control corporativo de la distribución de alimentos en México *Corporate control of food distribution in México. Problemas Del Desarrollo*, 176(176), 133–155. [http://doi.org/10.1016/S0301-7036\(14\)70853-3](http://doi.org/10.1016/S0301-7036(14)70853-3)
- Giddens, A. (1979). Agency, structure. In *Central problems in social theory* (pp. 49-95). Palgrave, London.
- Giddens, A. (1986). Action, subjectivity, and the constitution of meaning. *Social research*, 529-545.
- Giménez, G. (2006). Para Una Teoría Del Actor En Las Ciencias Sociales. Problemática De La Relación Entre Estructura Y "Agency." *Cultura y Representaciones Sociales*, 1(1), 145–147. Retrieved from <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/mx/>
- Giraldo, O., y Rosset, P. (2016). La agroecología en una encrucijada: entre la institucionalidad y los movimientos sociales. *Guaju*, 2(1), 14-37. Brasil
- Gliessman, S. R. (1990). Agroecology: researching the ecological basis for sustainable agriculture. In *Agroecology* (pp. 3-10). Springer, New York, NY.

- Gliessman, S. (2013). Agroecología: plantando las raíces de la resistencia. *Agroecología*, 8(2), 19-26.
- Goodman, D., DuPuis, E. M., & Goodman, M. K. (2012). *Alternative food networks: Knowledge, practice, and politics*. Routledge.
- Gracia M., Pozzio. (2014). Economías alternativas. Utopías, desencantos y procesos emergentes. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa y Juan Pablos editor. México D.F. 358 p.
- GRAIN (2014). Hambrientos de Tierra. *Grain*. Retrieved from <https://www.grain.org/es/article/entries/4956-hambrientos-de-tierra-los-pueblos-indigenas-y-campesinos-alimentan-al-mundo-con-menos-de-un-cuarto-de-la-tierra-agricola-mundial>
- Grammont, H. (2009). La desagrarización del campo mexicano. *Convergencia*, 16(50), 13-55.
- Gramsci, A. (1975) Cuadernos de la cárcel. México: Era, 1975
- Gudynas, E. (2011). Alcances y contenidos de las transiciones al post-extractivismo. *Ecuador Debate*, (82), 61–79. Retrieved from <http://www.gudynas.com/publicaciones/articulos/GudynasTransicionesPostExtractivismoEc11.pdf>
- Gundermann, H. (2001). El método de los estudios de caso. *Observar, escuchar y comprender. Sobre la tradición cualitativa en la investigación social*. Torres ML, coord. México, DF: Editorial Porrúa/Flacso.
- Guzmán y Guzmán Casado, G., González de Molina, M. y Sevilla Guzmán, E. (2000): Introducción a la Agroecología como desarrollo rural sostenible. Ed. Mundi-Prensa
- Haesbaert, R. (2013). El mito de la desterritorialización: del fin de los territorios a la multiterritorialidad. *Cultura y Representaciones Sociales*, 8(15), 400. Retrieved from <http://www.extension.unc.edu.ar/vinculacion/instituciones-sociales-y-salud/acciones-realizadas/2010/seminario-extensionista-aportes-de-la-epidemiologia-comunitaria/unc-seu-mito-desterritorializacion.pdf>
- Hamnett, Brian (1999). A Concise History of Mexico. Cambridge University Press
- Harnecker, M. (1978). *Los Conceptos Elementales del Materialismo Histórico*. Siglo XXI. <http://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

- Harvey, D. (2004). *El nuevo imperialismo*. Madrid, España. Akal.
- Harvey, D. (2010). El enigma del capital y la crisis del capitalismo. <http://doi.org/M-5.800-2012>
- Hebinck, P., Schneider, S., & Ploeg, J. D. van der. (2015). The construction of new, nested markets and the role of development policies: Some introductory notes. *Rural Development and the Construction of New Markets*, (November), 1–15.
- Hernández, R. (1993). Teorías sobre campesinado en América Latina una evaluación crítica. *Revista Chilena de Antropología*, 12, 179–200.
- Hernández, J., Ramos, G., y Pineda, J. (2012). Análisis y configuración del desarrollo regional. Un enfoque desde los actores. *Espacios Públicos*, 15(34), 188–207. <http://doi.org/1665-8140>
- Herrera-Jaramillo, M., Méndez, A., Tobón, G., y María, S. (2016) Ni pequeño productor, ni agricultor familiar, soy campesino. En Dime que paz quieres y te diré que campo cosechas. Reflexión sobre lo rural en los diálogos de la Habana (varios autores). Pontificia Universidad Javeriana. (149 – 176)
- Holt-Giménez, E. (2013). “¡Movimientos alimentarios uníos! Estrategias para transformar nuestros sistemas alimentarios”. Holt-Giménez. Editor, *¡Movimientos alimentarios uníos! Estrategias para transformar nuestros sistemas alimentarios* (31-38). Bogotá: ILSA-Food First
- IGAC, U. (2012). Atlas de la distribución de la propiedad rural en Colombia. *Instituto Geográfico Agustín Codazzi, Universidad de los Andes, Bogotá*.
- IFOAM (2015) The world of organic agriculture. Statistics and emerging trends 2015. FiBL-IFOAM Report. Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Frick, and IFOAM-Organic International Bonn (GE): Research Institute of Organic Agriculture.
- IICA (2012). Aportes del IICA a la gestión del conocimiento de la agricultura en México. México
- ILSA, (2012). Mercados Campesinos. Experiencia socioeconómica, política y cultural en la ciudad región. Bogotá: ILSA OXFAM
- INEGI (2007) Censo Nacional Agropecuario. México

- Kautsky, K. (1988). *The Agrarian Question*. London: Zwan Publications.
- La Vía Campesina. (2017). Las luchas de la vía campesina por la reforma agraria. La defensa de la vida, la tierra y los territorios.
- Laclau, E., y Mouffe, C. (1987). *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. Madrid. España. Siglo XXI.
- Lahera, A. (1999). La crítica de la economía de mercado en Karl Polanyi: el análisis institucional como pensamiento para la acción. *Reis*, 27-54. España
- Larson B. (1987). “Dos visiones históricas de las influencias mercantiles en Tapacarí”. En: Participación indígena en los mercados surandinos. Estrategias y reproducción social siglo XVI a XX. La Paz: CERES.
- Latouche, S. (2006). *La Apuesta por el Decrecimiento ¿Cómo salir del imaginario dominante?* (Icaria). Barcelona.
- León, G., Valdés, H., y Vásquez, V. (2003). *Mercado Kantuta: Un Mercado Campesino*. PIEB. La Paz, Bolivia. Long, N. (2007). *Sociología del desarrollo: una perspectiva centrada en el actor*. San Luis Potosí: CIESAS.
- Locke, J. (1982). Ensayo sobre el entendimiento humano.
- Long, N. (2007). *Sociología del desarrollo: Una perspectiva centrada en el actor*. México. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social - El Colegio de San Luis.
- Lopera, L., y Mora, S. (2009). Los circuitos económicos solidarios: espacio de relaciones y consensos. *Semestre Económico*, 12(25), 81–93.
- López, D. (2012). “Canales cortos de comercialización, un elemento dinamizador”. *Revista Soberanía Alimentaria, Biodiversidad y Culturas*, (8), 10-13.
- López, E. (2013). Cadenas productivas alimentarias y costos de transacción. *Diálogos IPDRS*, 97.
- Machado, A., Salgado, C., y Naranjo, S. (2013). Territorios para el desarrollo de las sociedades y economías campesinas, 1–92.
- Malassis, L. (1973). *Economie agro-alimentaire: Economie de la consommation et de la production agro-alimentaire*. Paris: Cujas.

- Mançano, B. (2014) *Cuando la agricultura familiar es campesina*. En “Agriculturas campesinas en Latinoamérica. Propuestas y desafíos” Editores: Hidalgo, Houtart y Lizárraga. P. 19-34. Quito.
- Mance, E. (2003). Consumo solidário. A outra economia. Porto Alegre: Veraz, 45.
- Mance, E. (2008). *La revolución de las redes: la colaboración solidaria como una alternativa pos-capitalista a la globalización actual*. México. ECOSOL, FONDESOL, UACM, Delegación Azcapotzalco. Editorial Itaca
- Mance, E. (2009). El Concepto de Mercado Social dentro del Movimiento Mundial de Economía Solidaria y su Relación con los Sistemas de Intercambios Solidarios, 1–12.
- Max-Neef, M. (1998). *Desarrollo a escala humana. Conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones*. Barcelona. España. Icaria
- McMichael, P. (2015a). Regímenes alimentarios y cuestiones agrarias. Universidad Autónoma de Zacatecas. México
- McMichael, P (2015b). Los efectos colaterales del régimen alimentario. Estudios Críticos del Desarrollo, V(9), 245–252.
- Mecanismo Internacional de la Sociedad Civil (2016). *Vinculación de los productores a pequeña escala con los mercados*. Francia
- Melo, J., y Magdalena, T. (n.d.). *Sumando matices a las agricultura inclusiva: Prácticas de intermediación social*.
- Mittal, A y Rosset, P. (2003), “Perdiendo nuestra tierra: la ley agrícola de 2002”, en Armando Bartra, Cosechas de ira. Economía Política de la Contrarreforma Agraria, Editorial Ítaca / Instituto Maya, México, pp. 111-131
- Moguel, J., Botey, C., Hernández, L., & Navarro, L. H. (1992). *Autonomía y nuevos sujetos sociales en el desarrollo rural*. Siglo XXI
- Moguel, R., y Moreno, S. (2005). Estrategias sociales: de la sobrevivencia a la contingencia. *Papeles de Población*, 11(46), 139–159.
- Monachon, D. (2017). *Redes alimentarias alternativas. Nuevos compromisos políticos y sociales. Un estudio comparativo franco-mexicano*. Tesis de doctorado Universidad San Nicolas de Hidalgo. Morelia, Michoacán

- Mondragón, H. (2002). La organización campesina en un ambiente de terror (Vol. 7). Instituto Latinoamericano de Servicios Legales Alternativos.
- Mora H. y Hinkelammert, F. (2005). Hacia una economía para la vida. *São José, Costa Rica: DEI*.
- Movimiento Agroecológico de América Latina y Caribe. (2012). “Mercados locales agroecológicos: Claves ante la crisis”. *Hoja a Hoja. Boletín Digital Mensual Del MAELA*, 10(2).
- Nelson, E. (2008). Buscando la Sustentabilidad en una iniciativa agroalimentaria: El Caso de la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos, 1–26.
- Nicholson, P. (2013). “Soberanía alimentaria: Alianzas y transformaciones”, en Holt-Giménez. Editor, *¡Movimientos alimentarios uníos! Estrategias para transformar nuestros sistemas alimentarios* (40-48). Bogotá: ILSA-Food First
- Núñez, C. (2013). Participación, capital social y MTD. Entre la compensación y la institucionalización política. En Perez, A., y Oraison,). *Estudios sobre participación. procesos, sujetos y contextos. Estudios Sociológicos* (Vol. 1). <http://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Nyeleni (2007). Declaración de Nyéléni. 2007. *Foro Mundial de la Soberanía Alimentaria*. Artículo en línea disponible en <http://www.nyeleni.org/?lang=en> .
- Ordóñez, F. (2010). *La agroecología y la soberanía alimentaria como alternativas al sistema agroalimentario capitalista. Experiencia de la Fundación San Isidro (Duitama, Colombia). El Otro Derecho* (Vol. 42). Retrieved from <http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/ilsa/20130711062417/6.pdf>
- Ordoñez, F. (2011). *Abriendo surcos, cosechando semillas. Alternativas al sistema agroalimentario actual desde la agroecología y la soberanía alimentaria. Experiencia de la Fundación San Isidro de Duitama*. Bogotá. Colombia. ILSA
- OXFAM. (2016). *Desterrados: Tierra, poder y en América Latina*.
- Paiva, V. (2002) Sem mágicas soluções: a prevenção e o cuidado em HIV/ AIDS e o processo de emancipação psicossocial. *Interface - Comunic, Saúde, Educ*, Vol. 6, N.º 11, pp. 25-38
- Palerm A. (1980). Antropología y marxismo. Editorial: Nueva Imagen. México
- Parrado, A y Molina, J. (2014). *Mercados Campesinos. Modelo de acceso a mercados y seguridad alimentaria en la región central de Colombia*. Bogotá,

Colombia. Facultad de Ciencias Agrarias, Universidad Nacional de Colombia, OXFAM, ILSA, CICC, ALCAMPO, Unión Europea. Bogotá.

Parrado, A. (2014). *Cuadernos de Mercados Campesinos*.

Paz, R. (2006). El campesinado en el agro argentino: ¿repensando el debate teórico o un intento de reconceptualización?. *Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe/European Review of Latin American and Caribbean Studies*, 65-85.

Pérez, A., y Oración, M. (2013). *Estudios sobre participación. procesos, sujetos y contextos. Estudios Sociológicos* (Vol. 1). <http://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Petras, J. (2000). "Política agrícola estadounidense para América Latina" en Petras J y Veltmeyer H: *Hegemonía dos Estado Unidos no Novo Milenio*, Petropoli: Editora Vozes

Ploeg, J Van der. (2010) *Nuevos campesinos. Campesinos e Imperios alimentarios*. Barcelona: Icaria

Ploeg, J. Van der y Ye (2010) Multiple job holding in rural villages and the Chinese road to development. *The Journal Of Peasant Studies* Vol. 37 , Iss. 3,2010

Ploeg, J. Van der (2009) *Nuevos campesinos. Campesinos e imperios alimentarios*. Ed. Icaria. Barcelona

Ploeg, J. Van der (2012). *Nuevos campesinos. Campesinos e Imperios alimentarios. Sociología Histórica*, 343–351. Retrieved from <http://library.wur.nl/WebQuery/clc/1954234>

Ploeg, J. Van der. (2014). Peasant-driven agricultural growth and food sovereignty. *Journal of Peasant Studies*, 41(6), 1–32. doi:10.1080/03066150.2013.876997

Ploeg, J. Van der (2015). *El campesinado y el arte de la agricultura. Un manifiesto chayanoviano*. Universidad Autónoma de Zacatecas. Red Internacional de Migración y Desarrollo. México

Petras, J. Y Veltmeyer, H. (2001). *Globalization unmasked: Imperialism in the 21st century*. Zed Books.

Podcamisky, G. (2006). El rol desde Una perspectiva vincular. *Reflexiones*, 85(1), 2.

- Polanyi, K. (1976). El sistema económico como proceso institucionalizado. *Antropología y Economía*, 155–178. Retrieved from <http://ciesas.edu.mx/Publicaciones/Clasicos/articulos/Polanyi.pdf>
- Polanyi, K. (1994). Nuestra Obsoleta Mentalidad de Mercado. *Cuadernos de Economía*, 14(20), 249–266.
- Razeto, L. (2006). Lecciones de economía solidaria. *Realidad, Teoría y proyecto*.
- Reina, M. (2013) *Logística de distribución de productos perecederos de economía campesina. Casos Fuente de Oro, Meta y Viotá, Cundinamarca*. Tesis de Maestría. Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Agronomía. Bogotá. Colombia
- Reyes, M. (2010) “Corabastos: república independiente”. *Centro de Estudios en Periodismo. Facultad de Artes y Humanidades. Universidad de los Andes, Bogotá*. Artículo en línea disponible en: <https://ceper.uniandes.edu.co/estudiantes/trabajosestudiantes/29-corabastos-republica-independiente.html>, 20 agosto 2017
- Rist, S y San Martín, J (1993) *Agroecología y saber campesino en la conservación de suelos* (La Paz: Hisbol).
- Robles, H. (2013). *Los pequeños productores y la política pública. Paginas Subsidios al Campo*.
- Robles, H. y Concheiro, L. (2014) *Vigencia de la reforma agraria en América Latina*. En “Agriculturas campesinas en Latinoamérica. Propuestas y desafíos” Editores: Hidalgo, Houtart y Lizárraga. P. 107-140. Quito
- Rodríguez, F. (2010). “Regímenes, sistema y crisis agroalimentaria”. *El Otro Derecho*, (42). 45-74.
- Rodríguez, G., Gil., J., y García, E (1999) *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga, España: Aljibe.
- Roldán-Rueda, H., y Gracia, A. (2015). Espacios de intercambio local de productos orgánicos en México. Panorama, tensiones y procesos de aprendizaje. En A. Gracia, *Trabajo, reciprocidad y re-producción de la vida. Experiencias colectivas de autogestión y economía solidaria en América Latina* (págs. 285-314). Buenos Aires, Argentina: Miño y Dávila.

- Roldán-Rueda y Gracia, (en prensa) (Des)estigmatizar la intermediación de alimentos en pos de mayor equidad. Espacios emergentes de comercialización frente a la gran distribución en Colombia. En *Revista Espacialidades*, Universidad Autónoma Metropolitana.
- Roldán-Rueda, Gracia y Mier y Terán, (en prensa). Mercados locales alternativos en México y Colombia: resistencias y transformaciones en torno a los procesos de certificación.
- Rosset, P. (1999) On the benefits of Small Farms. *Food First Backgrounder*, v.6, n.4, p.1- 4,
- Rosset, P. (2003). Soberanía Alimentaria : Reclamo Mundial del Movimiento Campesino. *Food Sovereignty: Global Rallying Cry of Farmer Movements*, 9(4), 1–5. <http://doi.org/10.1080/03066150.2013.876995>
- Rosset, P. (2007). ¿Mirando hacia el futuro?: La Reforma Agraria y la Soberanía Alimentaria. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 26(26), 167-182. España.
- Rosset, P. (2011). Food Sovereignty and Alternative Paradigms to Confront Land Grabbing and the Food and Climate Crises. *Development*, 54(1), 21–30. doi:10.1057/dev.2010.102
- Rosset, P. (2013). “Mercados Campesinos en Colombia”. *Boletín Nyeleni* (13). Artículo en línea disponible en https://nyeleni.org/DOWNLOADS/newsletters/Nyeleni_Newsletter_Num_13_E_S.pdf, 12 agosto 2017
- Rosset, P. (2016). “La reforma agraria, la tierra y el territorio: evolución del pensamiento de La Vía Campesina”. *Mundo Agrario*, 17(35).
- Rosset .P., y Martínez, M. (2011) *La Vía Campesina y Agroecología*. En “El Libro abierto de la Vía Campesina: celebrando 20 años de luchas y esperanza”
- Rosset, P., y Martínez, M. (2012). Rural social movements and agroecology: Context, theory, and process. *Ecology and Society*, 17(3). doi:10.5751/ES-05000-170317
- Rosset, P., y Martínez, M. (2016). Agroecología, territorio, recampesinización y movimientos sociales. *Estudios Sociales*, 25(47), 275–299.

- Rubio B (2002). La exclusión de los campesinos y las nuevas corrientes teóricas de interpretación. *Nueva Sociedad*, (182), 21–33.
- Ruiz, F., Vara, I., Calle Collado, Á., Cervera, A., Cuellar, M., Gallar, D., Soler Montiel, M. (2011). *De la agricultura ecológica a la agroecología*.
- Salgado, C. (2002). Los campesinos imaginados. *Cuadernos Tierra y Justicia*, 6
- Sampaio, P. (2005). La Reforma Agraria en América Latina: una revolución frustrada. *OSAL*, 16(16).
- Santana, M. (2008). *Reinventando el dinero. Experiencias con monedas comunitarias*. Tesis de doctorado. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social. CIESAS. México.
- Santana, M. (2011). “Recrear el dinero en una economía solidaria”. *Polis, Revista Latinoamericana*, 10 (29). 261-280.
- Sarria A. y L. Tiriba (2003): "Economía popular", en A. D. Cattani (coord.) *A outra economia*, Veraz Editores, Sao Paulo, pp. 123-144.
- Scott, J., y Sanchis, M. (1997). “Formas cotidianas de rebelión campesina”. *Historia Social*, (28), 13-39. Segrelles, J. (2010). “La distribución agroalimentaria y su influencia en la pobreza campesina”. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 16 (32).
- Schneider, S., Salvate, N., y Cassol, A. (2016). Nested Markets, Food Networks, and New Pathways for Rural Development in Brazil. *Agriculture*, 6(4), 61. <http://doi.org/10.3390/agriculture6040061>
- Segrelles, J. (2010). “La distribución agroalimentaria y su influencia en la pobreza campesina”. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 16 (32).
- Sevilla, E., Soler, M., Gallar, D., Vara, I., y Calle, Á. (2012). *Canales cortos de comercialización alimentaria en Andalucía*. Ed: Fundación Pública Andaluza.
- Sevilla. E. y Pérez, L (1976). Para una definición sociológica del campesinado.
- Sevilla, E., y Soler, M. (2010). Agroecología y soberanía alimentaria: alternativas a la globalización agroalimentaria. *PH Cuadernos*, 26,190-217.

- Sevilla, E., y Woodgate, G. (1997). Sustainable rural development: from industrial agriculture to agroecology. In *The international handbook of environmental sociology*. Edward Elgar Publishing.
- Sevilla, E., y Woodgate, G. (2013). Agroecología: fundamentos del pensamiento social agrario y teoría sociológica. *Agroecología*, 8(2), 27–34.
- Sevilla E (2011). Sobre los orígenes de la agroecología en el pensamiento marxista y libertario.
- Sevilla, E. (2012). *Canales cortos de comercialización alimentaria en Andalucía* (Fundación).
- Shanin T (1979). Definiendo al campesinado: conceptualizaciones y desconceptualizaciones: Pasado y presente en un debate marxista. *Agricultura y sociedad*, (11), 9-52.
- Shanin, T. (1984). *Peasants and Peasant Societies: Selected Reading*. Penguin Books.
- Shiva, V. (1991). The violence of the green revolution.
- Singer, P. (2009). Relaciones entre sociedad y Estado en la economía solidaria. *Iconos. Revista de Ciencias Sociales*, 33, 51–65.
- Soler, M., y Calle, A. (2010). Rearticulando desde la alimentación: canales cortos de comercialización en Andalucía. *PH Cuadernos*. 26, 258-283.
- Stoeker, R. (1991). Evaluating and Rethinking The Case Study, *The Sociological Review*, 39 (1).
- Suarez, N. (2010). *Del sentido del valor a la construcción del precio. La gobernanza entre productores, intermediarios y consumidores de alimentos orgánicos de Juanacatlán y de Guadalajara*. Tesis de maestría. Universidad de Guadalajara
- Schwentesius, R., Gómez, M., y Nelson, E. (2013). La Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos. Renovando sistemas de abasto de bienes de primera necesidad para pequeños productores y muchos consumidores. *Sistemas Participativos de Garantía. Estudios de caso en América Latina*. 21-34. Alemania: IFOAM.
- Tarditti, M. (2012). Redes alimentarias alternativas y soberanía alimentaria. Posibilidades para la transformación del sistema agroalimentario dominante. Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona., Barcelona.

- Tarrow, S. (1997), *El poder en movimiento: los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Alianza Editorial, Madrid.
- Tilly, Ch. (1978). *From Mobilization to Revolution*. Nueva York: Random House.
- Tobasura, I. (2005). De campesinos a empresarios: la retórica neoliberal de la política agraria en Colombia. *Revista Nera* (12) 15.
- Toffler, A. (1979). *La tercera ola*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Toledo, V. (1992). Toda la utopía: el nuevo movimiento ecológico de los indígenas y campesino de México. En J. Moguel, C. Botey, y L. Hernández, *Autonomía y nuevos sujetos sociales en el desarrollo rural*. Ciudad de México: Siglo XXI. .
- Toledo, V. (1993). La racionalidad ecológica de la producción campesina. In *Ecología, campesinado e historia* (pp. 197-218). La Piqueta.
- Toledo, V. (2002). Agroecología, sustentabilidad y reforma agraria: la superioridad de la pequeña producción familiar. *Agroecología e Desenvolvimento Rural Sustentable*, 3, 27–36.
- Toro, H. (1985), *El problema social agrario en Colombia*, Tercer Mundo, Bogotá.
- Vasilachis, I. (2006). *Estrategias de investigacion cualitativa* (Gedisa). Barcelona. Retrieved from <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:No+Title#0>
- Venkatraman, N., Grant, J. H. (1986). Construct measurement in Organizational Strategy Research: A Critique and Proposal, *Academy of Management Review*, 11 (1): 71-87.
- Villarreal, M. (2004). *Antropología de la deuda*. Retrieved from http://biblioteca.diputados.gob.mx/janium/bv/ce/scpd/LIX/antr_deuda.pdf
- Villoro, L. (2004). Democracia comunitaria y democracia republicana. En: *Filosofía para la convivencia: caminos de diálogos Norte-Sur*. Editores: Raúl Fernet-Betancourt y Juan Antonio Senent.
- Wautier, A(2003). “Economía Social en Francia” en Catanni (coord.). *La Otra Economía*. São Paulo (Brasil), Editora Veraz.
- Wezel, A., Bellon, S., Doré, T., Francis, C., Vallod, D., y David, C. (2009). Agroecology as a science, a movement and a practice. A review. *Agronomy for sustainable development*, 29(4), 503-515.

- Wolf, E. 1955. "Types of Latin American peasantry". *American Anthropologist*. 57.
- Wright A (2011). Democracia radical y prácticas de economía comunitaria: perspectivas para una andadura conjunta. *Papeles*, 113, 13–31.
- Yin, R. (1994). Investigación sobre Estudios de Casos. Diseño y Métodos. *Applied Social Research Methods Series*, 5, 1–35.
- Zarama, R. (2014). Participación de las mujeres en Los Mercados Campesinos. El caso de Paipa y Chocontá en la región Central de Colombia.
- Zemelman, H. (2006). El conocimiento como desafío posible. Instituto Politécnico Nacional. Ciudad de México.

Anexos

Anexo 1. Detalle entrevistas

Lista entrevista México

Nombre	Categoría Rol	Organización - institución
1 Silvia Barbosa	Actores externos - promotor	Investigadora UIMQROO.- Tianguis Cultural Agroecológico de José María Morelos
2 Maricela Sauri	Actores externos - promotor	Investigadora UIMQROO.- Tianguis Cultural Agroecológico de José María Morelos
3 Sussane Klissman	Actores externos - promotor	Investigadora UIMQROO.- Tianguis Cultural Agroecológico de José María Morelos
4 Santos Alvarado	Actores externos - promotor	Investigador UIMQROO - Tianguis Cultural Agroecológico de José María Morelos
5 José Guillermo Talavera	Actores externos - promotor	Investigador UIMQROO. Tianguis Cultural Agroecológico de José María Morelos
6 José Domingo	Promotor	Estudiante Agroecología UIMQROO. Tianguis Cultural Agroecológico de José María Morelos
7 Jorge Damián	Promotor	Estudiante Agroecología UIMQROO. Tianguis Cultural Agroecológico de José María Morelos
8 Katia	Promotor	Promotora Tianguis Valladolid
9 José Damián Poot	Productor	Productor hortalizas y frutas. Nuevo Durango. Tianguis del Mayab
10 Felipa Dzul	Productora-transformadora	Productor hortalizas y frutas. Nuevo Durango. Tianguis del Mayab
11 Addy Pech	Productora - transformadora	Productor hortalizas y frutas. Nuevo Durango. Tianguis del Mayab
12 Alejandra Cazal	Actores externos - promotor	Investigadora Universidad del Caribe - Tianguis del Mayab.
13 Luis Omar	Actores externos - promotor	Investigador Universidad del Caribe - Tianguis del Mayab.
14 Sandra Flores	Actores externos - promotor	CONANP - Tianguis del Mayab.
15 Isidro Calvario	Productor	Tianguis Alternativo de Puebla
16 Fidel Hernández	Productor	Tianguis Alternativo de Puebla

17	José Gómez	Intermediario - Productor	Tianguis Alternativo de Puebla
18	Pilar Rubio	Productor	Tianguis Alternativo de Puebla
19	Flavio (huevos)	Productor	Tianguis Alternativo de Puebla
20	Lucila Tam	Promotora	Mercado TAMEME
21	Ramón Jarquín	Actores externos - promotor	Investigador UASLP - Mercado de Productos Naturales y Orgánicos Macuilli Teotzin.
22	Claudia Bara	Actores externos - promotor	Estudiante de doctorado UASLP - Mercado de Productos Naturales y Orgánicos Macuilli Teotzin.
23	Sandra (quesos)	Productora	Mercado de Productos Naturales y Orgánicos Macuilli Teotzin
24	Alfredo Vásquez	Productor	Mercado de Productos Naturales y Orgánicos Macuilli Teotzin
25	Casa Garambullo	Productores	Mercado de Productos Naturales y Orgánicos Macuilli Teotzin

Entrevistas Colombia

Entrevistas	Categoría Rol	Organización - institución
1 Adriana Chaparro	Actores externos - promotor	Investigadora Uniminuto – Feria agroecológica Uniminuto
2 Jorge Sánchez	Actores externos - promotor	Universidad Nacional de Colombia
3 Viviana Gutiérrez	Actores externos - promotor	Estudiantes Uniminuto - Feria agroecológica Uniminuto
4 Andrés Ardila		
5 Demetrio Guerrero	Promotor	Fensuagro
6 Julián Corredor	Promotor	Fenacoa
7 Fabián Esquivel	Promotor	Fensuagro
8 Luz Dary	Promotor - productora	Mercado de los pueblos – Expedicionarias agroecológicas
9 Rosa Portilla	Promotor	Fensuagro
10 Nilson Morales	Promotor	AgroSolidaria - Bogotá
11 Efraín Villamil	Promotor	Alcampo
12 Mario Bonilla	Promotor	AgroSolidaria
13 Isaías Rodríguez	Productor - Promotor	Fundación San Isidro
14 Sonia Pérez	Promotor	Fundación Semillas
15 Guillermo Cardona	Actores externos	Líder sindical
16 Jorge Bello	Productor - Promotor	AgroSolidaria – Viani
17 Alba Luz Duran	Productor - Promotor	AgroSolidaria- Socotá
18 Grupo Productoras Socotá (4)	Productor	AgroSolidaria
19 Productora Quinua	Producto - transformadora	Mercados Campesinos / Mercado de los pueblos
20 Emerio Fensuagro	Productor - Promotor	Fensuagro- Viotá
21 Wilfrido Fensuagro	Productor - Promotor	Fensuagro- Viotá
22 Gustavo Aponte	Productor	Mesa distrital de huertos urbanos
23 Rubén D. Betancourt	Actores externos	Secretaria de Desarrollo Económico

24	Norma Vargas	Actores externos	Fundación Pavco
25	Andrés Charry	Actores externos	Secretaria de Desarrollo Económico
26	Ismael	Actores externos	ILSA
27	Hernán D. Correa	Actores externos	Academia-instituciones – movimientos
28	Ana Delia Bermúdez	Productor	Granada, Cundinamarca
29	Alex Eduardo Sierra	Productor	Granada, Cundinamarca
30	Nelly Villalobos	Productor	Granada, Cundinamarca
31	Juan Carlos Vives	Productor - Transformador	Arbeláez, Cundinamarca
32	Luz Hilda Velarmina	Productor	Une - Cundinamarca

Anexo 2. Detalle de actividades complementarias trabajo de campo

Evento	Descripción
2016	
<p>Misión rural (Abril 12, 2016. Bogotá, Universidad de la Salle)</p>	<p>De parte del gobierno se llevó a cabo un esfuerzo para identificar la situación del sector rural en el país. El informe se titula “El campo colombiano: Un camino hacia el bienestar y la Paz. Misión rural para la transformación del campo”.</p> <p>El Foro tuvo tres grandes momentos: la presentación de los resultados de la Misión por parte de su director, José Antonio Ocampo, la intervención de Simón Gaviria, Director General del Departamento Nacional de Planeación, y para el cierre la firma del Compromiso por el Desarrollo Rural del país a la luz de sus desafíos y oportunidades por parte de los asistentes.</p> <p>Así mismo, se contó con la presencia de los diferentes actores que inciden en la realidad del campo colombiano: Gobierno, academia, gremios. El gran ausente del evento fueron las organizaciones campesinas que han venido generando procesos de incidencia política dentro del contexto nacional. Vale la pena resaltar la presencia de AgroSolidaria como vocero de este grupo de productores, sin que las expectativas de la intervención reuniera los puntos que se buscan reivindicar desde otras organizaciones.</p>
<p>Diálogo nacional "La paz necesita una economía más solidaria" (Abril 14, 2016. Bogotá. Universidad Cooperativa de Colombia)</p>	<p>Este diálogo, promovido por diferentes organizaciones e instituciones académicas, entre ellas la Universidad Cooperativa de Colombia, la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, junto con organizaciones del sector solidario en el país, como AgroSolidaria llevaron a cabo un encuentro que de manera simultánea enlazó a cerca de 100 municipios y planteó como uno de sus objetivos incentivar un proceso pedagógico que permita hacer comprensible a la ciudadanía el alcance e impacto de los acuerdos de paz y el beneficio que generan para la sociedad colombiana.</p> <p>Nuevamente AgroSolidaria se posiciona como un referente de transformaciones que vienen planteando y desarrollando en diferentes regiones del país. Con un discurso claro y directo, y como lo fue en la presentación del informe de la misión rural, busca visibilizar las iniciativas que se plantean como prioridades, sin embargo (en análisis posteriores abordare este tema) este grupo no tiene el reconocimiento de otras organizaciones campesinas y comunales (principalmente los de la región central del país).</p>
<p>Instituto Agroecológico Latinoamericano (IALA) "María Cano" (Abril 25 , 2016. Bogotá. Universidad Nacional de Colombia)</p>	<p>La Coordinadora Latinoamericana de Organizaciones Campesinas – La Vía Campesina (CLOC-LVC), inauguró en Bogotá el Instituto Agroecológico Latinoamericano (IALA) "María Cano". Participaron estudiantes, egresados, profesores, militantes campesinos y autoridades de la Universidad de Cundinamarca, Universidad Nacional de Colombia y un representante de la FAO.</p> <p>De acuerdo con la Vía Campesina, el IALA tiene como objetivo formar educandos con pensamiento crítico, además de dotarlos de herramientas para trabajar la Soberanía Alimentaria. Educar a mujeres y hombres con otra mirada, cimentados en los valores de la humildad, la igualdad, la solidaridad, la honestidad, el internacionalismo y el respeto por la naturaleza.</p> <p>Este escenario sirvió de plataforma para articular algunas de las organizaciones campesinas, como Fensuagro, con actores académicos y de la sociedad civil.</p>

<p>“I Encuentro de Educación Ambiental en torno al agua” (Junio 14, 2016. Bogotá. Museo de los Niños)</p>	<p>La Fundación Pavco y el Museo de los Niños llevaron a cabo un espacio de diálogo y reconocimiento de experiencias que giraron en torno a la protección del agua. El interés de asistir a este espacio se debió a la participación de experiencias barriales que están construyendo procesos de agricultura urbana y que se articulan con espacios más amplios donde logran consolidar un canal de comercialización y un cierta visibilidad</p>
<p>ABC del Referendo por el Agro (Julio 7, 2016. Bogotá)</p>	<p>El Referendo por el Agro Nacional modifica los artículos de la Constitución Política que afectan directamente al sector agropecuario (arts. 64, 65, 66) o indirectamente (art. 100). Tiene como objetivo garantizar la soberanía y seguridad alimentaria del país mediante 1) la protección y fomento de la producción nacional agropecuaria y el trabajo que de ella se deriva, en marcos de sustentabilidad y equidad de género, así como de la biodiversidad y los conocimientos tradicionales; 2) la renegociación o terminación unilateral de los TLCs; 3) a partir de la promulgación de un Ley de Agricultura Familiar, garantizar a las comunidades campesinas, indígenas y afrodescendientes el derecho a una vida digna y a un desarrollo a partir de formas de economía propia y a conservar y controlar la biodiversidad y conocimientos asociados que se encuentran en sus territorios.</p>

2017

<p>Presentación del libro: “Trabajo, reciprocidad y reproducción de la vida. Experiencias colectivas de autogestión y economía solidaria en América Latina” (Febrero 9, 2017)</p>	<p>A partir de la invitación realizada por la Universidad Intercultural Maya de Quintana Roo, directamente con la Dra. Amalia Gracia, participé junto la Dra. Gracia y la Dra. Rocío García (posdoctorante de Ecosur), en la presentación del libro, a la que asistimos como autores. La presentación del libro, también sirvió para retomar algunos contactos con investigadores de la UIMQROO que vienen sumando esfuerzos en torno a la consolidación de un espacio de comercialización de productos locales en José María Morelos. Siendo ésta una de las iniciativas ya seleccionadas para la investigación, y en donde ya se habían realizado salidas y contactos previos.</p>
<p>Visita: Mercado Orgánico de Valladolid-Yucatán (Febrero, 12. 2017)</p>	<p>El mercado orgánico de Valladolid se instala el segundo domingo de cada mes. Previamente ya se había visitado y se tenían contactos con los promotores de este mercado. En la visita realizada, además de conocer el proceso, profundizar sobre la distribución e intercambio de productos, pude observar algunos retos que aún no logran superar en los cinco años que llevan trabajando con diferentes productores, entre otros, la apropiación del espacio por consumidores y productores locales, la falta de apoyos y alianzas que permitan mayor divulgación, la falta de productores y variedad.</p>
<p>Visita y entrevistas: Tianguis agroecológico y cultural de José María Morelos (Marzo, 17-18. 2017)</p>	<p>La visita a José María Morelos se realizó durante dos días. El primer día realicé entrevistas a diferentes investigadores de la UIMQROO y quienes han estado vinculados con el Tianguis Agroecológico. El segundo día participé del Tianguis, realizando otras entrevistas, apoyando con la logística y observando las diferentes dinámicas que ocurren dentro de ese espacio.</p>
<p>Visita: Feria de semillas. Peto-Yucatán (Abril, 14. 2017)</p>	<p>A partir de la divulgación de un evento nombrado “Jornada Comunitaria” y en el que una de las actividades principales es la Exposición, venta e intercambio de semillas” surge el interés por asistir y conocer de primera mano las dinámicas, actores, conflictos y participación de las personas involucradas, tanto locales como aquellos que vienen de otras comunidades, instituciones y dependencias de gobierno. Llama la atención porque es un evento que cuenta con la participación</p>

de SEDESOL, CONABIO, CONACYT, CICY y el ayuntamiento de Peto. Dentro de las actividades programadas se observó la participación de los productores, el tipo de semillas que llevaban, la forma en que habían sido contactados, así como su perspectiva frente a la participación institucional en un evento que generalmente surge de esfuerzos colectivos dentro de las comunidades.

<p>Visita Tianguis Mayab - Reunión Investigadores Universidad del Caribe (Mayo, 12. 2017)</p>	<p>El Tianguis el Mayab se ubica en las instalaciones de la Universidad del Caribe todos los viernes. Durante la visita se realizaron entrevistas a los productores, la mayoría procedentes de Nuevo Durango, donde uno de los ejes centrales que expresaron fue la importancia del acompañamiento de la universidad y de los procesos de certificación participativa que han venido consolidando. También se hicieron entrevistas con los promotores – investigadores de la Universidad del Caribe- . Como actividad complementaria se hicieron acercamientos con la Dra. Alejandra Cazal y su equipo de investigación con el ánimo de aunar esfuerzos en la organización del <i>“Primer Encuentro Peninsular de Iniciativas en torno a la alimentación y el cuidado de las semillas nativas ‘Soberanía alimentaria para el desarrollo local’”</i>.</p>
<p>Visita Tianguis Alternativo de Puebla (Junio 3 – 10, 2017)</p>	<p>La visita a este tianguis permitió identificar elementos importantes para la investigación, como lo son la posibilidad de generar roles de intermediación solidaria, así como la diversificación y complementariedad entre diferentes espacios de comercialización. Durante esta visita se generaron entrevistas a productores y promotores.</p>
<p>Visita Mercado Tameme Puebla, Puebla (Junio, 6. 2017)</p>	<p>El mercado Tameme es un espacio que reúne más de 70 expositores con diferentes características en torno a temas asociados al consumo local, la sustentabilidad ambiental y la salud. Durante esta visita se generaron entrevistas a productores y promotores del lugar.</p>
<p>Visita Mercado de Productos Naturales y Orgánicos Macuilli Teotzin San Luis Potosí (Junio de 2017)</p>	<p>En San Luis Potosí se encuentra el primer mercado avalado por Sagarpa para emitir conceptos de certificación participativa entre sus participantes, en ese sentido conocer las posibilidad que esto les abre o la forma como los restringe fue uno de los temas que se abordaron durante las entrevistas a los productores, así como a uno de los promotores e investigador de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, quienes han venido apoyando esta iniciativa.</p>
<p>1er Encuentro Nacional de Agricultura de Responsabilidad Compartida Julio, 6 – 8. 2017 Morelia y Pátzcuaro, Michoacán</p>	<p>Ante la diversidad de experiencias que vienen emergiendo, este espacio fue la oportunidad de compartir tres días con diferentes experiencias que vienen desarrollando diferentes estrategias que permitan mejorar las condiciones de pequeños y medianos productores. Bajo el lema de la <i>“Agricultura de responsabilidad compartida”</i> se sentaron las bases para la creación de una red que permita consolidar las bases para generar intercambios de experiencias, saberes y productos.</p>
<p><i>Primer Encuentro Peninsular de Iniciativas en torno a la alimentación y el cuidado de las semillas nativas ‘Soberanía alimentaria para el desarrollo local’”.</i> 14 y 15 de septiembre</p>	<p>El encuentro que se venía organizando con varios meses de anticipación se desarrolló de manera exitosa, conto con la participación de un gran número de representantes de organizaciones de productores, distribuidores y promotores de diversos espacios y experiencias presente en los diferentes estados del sureste mexicano. Parte del material que se logró recabar servirán de insumos para la investigación</p>

Anexo 3. Codificación Atlas.Ti 7.5.4

# .	Nombre código	#.	Nombre código
1	Abastecimiento de insumos y bienes de consumo	44	Organización- Categorías de discurso
2	Acceso a la información	45	Organización- Formas de participación según roles
3	Acceso y tenencia de tierra	46	Organización- Manejo de la información
4	Actividades productivas no comercializables	47	Organización- Vínculo y percepciones frente a la comercialización /intermediario
5	Agricultura familiar campesina.	48	Organización- Vínculo y percepciones frente a la producción
6	Agricultura Urbana	49	Organización- Vínculos y percepciones del campo
7	Agroecología	50	Organización- percepción frente al consumidor
8	Alianzas y estrategias	51	Organizaciones
9	Apoyo/alianza-Categorías de discurso	52	Orientación política
10	Apoyos- Motivos-incentivos-incidencia	53	Producción - Actores involucrados
11	Asociatividad -solidaridad-autogestión-autonomía	54	Producción - Categorías de discurso
12	Autoconsumo	55	Producción - Motivaciones
13	Cambios económicos, políticos, sociales, culturales	56	Producción - Vínculo con la comercialización
14	Campesino-Campesinado	57	Participación y rol de hombres, mujeres y jóvenes
15	Certificación	58	Percepción frente al intermediario
16	Comercialización e intercambio - Actores involucrados	59	Percepción frente al proceso/frente al apoyo-alianza
17	Comercialización e intercambio. - Categorías de discurso	60	Percepción frente al campesinado
18	Comercialización e intercambio - Flujo de la información	61	Políticas públicas
19	Comercialización e intercambio -- Motivaciones	62	Prácticas culturales y/o tradicionales - transmisión del conocimiento
20	Clima y factores ambientales	63	Principales inconvenientes
21	Complementariedades territoriales	64	Procesos de aprendizaje
22	Conflictos internos/entre organizaciones	65	Procesos en los que participa
23	Conflictos sociales	66	Productores
24	Consumo- Forma de participación	67	Red

25	Datos - cifras - fechas	68	Reglas de participación
26	Discurso hegemónico	69	Relevo y complementariedad generacional
27	Diversificación y transformación de productos	70	Retos y propuestas
28	Economía Social y Solidaria-Popular-Campesina-OTRAS	71	Seguridad de venta
29	Espacios/canales de comercialización / tipos de mercados	72	Seguridad/Soberanía alimentaria
30	Estructura/fortalecimiento organizativo	73	Semillas y tecnologías
31	Experiencias	74	Sistematización de la información
32	Experiencias similares/complementarias	75	Temporalidad de los apoyos
33	Formas de apoyo y de participación	76	Territorio
34	Hábitos de consumo	77	Tipo de consumidor
35	Incidencia en la organización interna	78	Tipo de institución/organización/ actor-implicaciones
36	Incidencia/Reconocimiento político	79	Tipo de producción/ Productor
37	Infraestructura	80	Tipo de proyectos y programas de apoyo que operan
38	Ingresos (agrícolas-no agrícolas)	81	Tipo de relación consumidor-productor/intermediario
39	Lideres	82	Tipos de intermediación/intercambio
40	Logros, aciertos y desaciertos	83	Valores, principios, imaginarios
41	Mecanismo y categorías de precios	84	Vías, medios de acceso y distancia a mercados
42	Modelo Agroalimentario	85	Vínculos urbanos y/o rurales
43	Monedas y finanzas e intercambios alternativos	86	Visibilidad - Contexto

Anexo 4. Artículo aceptado Revista Especialidades – Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Cuajimalpa

(Des)estigmatizar la intermediación de alimentos en pos de mayor equidad. Espacios emergentes de comercialización frente a la gran distribución en Colombia.

(De)stigmatizing food intermediation in pursuit of greater equity. The emerging commercialization spaces versus the large distribution in Colombia.

HÉCTOR NICOLÁS ROLDÁN-RUEDA¹

MARÍA AMALIA GRACIA^{**}

Resumen

Ante las dificultades para comercializar que tienen pequeños y medianos productores han surgido iniciativas frente a la *gran distribución* de alimentos protagonizadas por distintos actores sociales. Utilizando métodos cualitativos que privilegian la voz de sus actores, el texto busca discutir y ampliar postulados en torno a la intermediación a partir de dos experiencias representativas de la región central de Colombia que dinamizan y diseñan estrategias de intermediación para favorecer la articulación y participación local, regional y nacional de actores campesinos y organizaciones sociales urbanas y rurales. Los resultados muestran posibilidades de construir procesos de *intermediación solidaria* para transformar la intermediación a partir de estrategias que representen mayores grados de autonomía, reciprocidad y equidad entre sus participantes.

Palabras clave: sistemas agroalimentarios, intermediación, intercambios directos, mercados alternativos, estrategias de comercialización.

Summary

¹ Mtro. en Ciencias y doctorante de El Colegio de la Frontera Sur (México) - Unidad Chetumal. Orientación Estudios de sociedad, espacios y culturas. hroldan@ecosur.edu.mx

^{**} Profesora - Investigadora Titular de El Colegio de la Frontera Sur (México) - Unidad Chetumal. Departamento de Sociedad y Cultura. Grupo de trabajo Grupo Procesos Culturales y Construcción Social de Alternativas. magracia@ecosur.mx

Given the difficulties in commercialization for small and medium food producers, there have been emerging initiatives against the *large food distribution* carried out by different social actors. Using qualitative methods that privilege the voice of its actors, the text seeks to discuss and broaden the postulates around intermediation based on the representative experiences of the central region of Colombia that define and design intermediation strategies to favor articulation and local participation, regional and national peasant actors and urban and rural social organizations. The results shown are possible for the construction of solidarity intermediation processes for transformation based on strategies that represent the degrees of autonomy, reciprocity and equity among the participants of these spaces.

Key words: food systems, intermediation, direct exchanges, alternative markets, marketing strategies.

1. Introducción

Las realidades que enfrentan pequeños y medianos productores en diferentes geografías del mundo se caracterizan, entre otras cosas, por las desigualdades en los mecanismos de distribución convencionales, caracterizados por toda una red de transporte, infraestructuras, almacenamiento y venta cada vez más concentrada y controlada por el poder financiero (Sevilla, et. al., 2012), haciendo cada vez más restringida la participación de pequeños y medianos productores dentro de los circuitos de producción, distribución y comercialización. Ante esas realidades, en las últimas décadas se han consolidado en América Latina diversos procesos urbanos y rurales que reivindican otras formas de hacer y pensar economías y sistemas alimentarios en general y sus circuitos de distribución en particular (Segrelles, 2010; Chauveau y Taipe, 2012; Kay, 2016, entre otros). La mayoría de estos procesos cuestionan los principios de la teoría neoclásica y las relaciones derivadas de un estilo de desarrollo destructivo, injusto y excluyente (Holt-Giménez, 2013) y persiguen su transformación a partir de procesos que plantean algunas alternativas de producción, distribución y consumo alimentario.

Basado en información primaria proveniente de técnicas cualitativas y de datos secundarios, el objetivo de este artículo es identificar y analizar procesos organizativos protagonizados por actores diversos que buscan consolidar formas de comercialización e intercambio que favorezcan a pequeños y medianos productores, teniendo en cuenta que es en la etapa de comercialización en donde se generan los mayores obstáculos para los productores, principalmente por las formas de intermediación en las que la capacidad de negociación, el acceso a la información, vehículos y mercados favorables, entre otros factores, restringen las oportunidades de participación en los espacios de comercialización y canales de distribución.

A partir de proposiciones teóricas y evidencias empíricas se busca problematizar la función de la intermediación y el papel del intermediario como un actor central en la configuración de los canales y formas de comercialización emergentes capaces de generar transformaciones en las etapas del proceso productivo (García, 2013, Sevilla, et. al., 2012), especialmente en las relaciones de intermediación, teniendo en cuenta que en Colombia -como en casi todo Latinoamérica- el proceso de comercialización se caracteriza por la excesiva intermediación (Parrado y Molina, 2014). Sin embargo, planteamos la necesidad de transformar dicho rol más no su eliminación, por lo tanto discutimos críticamente algunas de las experiencias y argumentos a favor de los intercambios directos. Nuestros datos nos llevan a plantear la importancia del lugar de enunciación de dichas propuestas, así como del tipo de articulaciones entre los participantes, sus territorios y los mercados en los que intervienen (Laclau y Mouffe, 1987).

En la producción, sistematización y análisis de la información dialogamos con postulados teóricos y datos empíricos provenientes del campo de la economía social y solidaria –ESS-, a partir de sus aportes en torno a la construcción de formas alternativas para pensar las economías, los mercados y las relaciones sociales (Coraggio, 2001, 2002); la agroecología y la soberanía alimentaria (Altieri y Toledo, 2010; Sevilla, et. al., 2012; Rosset, 2007; Nyeleni, 2016) como propuestas teóricas y prácticas que contemplan la realidad agroalimentaria desde

una perspectiva crítica que incorpora los componentes sociocultural, económico y político en su enfoque metodológico. Y finalmente, con aportes centrados en el actor –campesino- (Long, 2007) a fin de vincular las prácticas y los significados que los actores otorgan a los procesos en los que participan con el tipo de alternativas que dichos procesos plantean.

1. Los circuitos de distribución alternativos frente al régimen alimentario dominante

Las iniciativas asociadas a agriculturas familiares, campesinas, urbanas y periurbanas buscan recuperar espacios físicos -como mercados, plazas, parques- y simbólicos -justicia, equidad, solidaridad, actores campesinos- cooptados o desvalorizados por un régimen agroalimentario global² que homogeneiza los sistemas agroalimentarios³⁻⁴, sustrae la soberanía alimentaria y reconfigura las dietas urbanas y rurales, incrementando de esta manera la concentración empresarial, tanto de la producción como de la distribución de alimentos, la cual se abastece de las largas cadenas de intermediación local, regional y nacional que estimula dicho régimen agroalimentario (Sevilla, et. al., 2012).

Los actores de dichas iniciativas recurren a estructuras preexistentes -organizaciones campesinas, afrodescendientes, barriales, consumidores (Crespo y Sabin, 2014)- que reivindican y defienden procesos económicos, sociales y políticos de base comunitaria, como una forma de garantizar la participación y toma de decisiones colectivas. Estos procesos giran en torno a temáticas como la conservación de semillas, la calidad y acceso a la tierra y al agua, la soberanía y

² El régimen agroalimentario global, se podría definir como el vínculo entre la geopolítica mundial y los procesos históricos mediante los cuales se transforman los mecanismos de abastecimiento de alimentos de una sociedad, las relaciones que establecen los actores que intervienen y las consecuencias sociales que de allí se derivan (McMichael, 2009; Tarditti, 2012; Rodríguez, 2010).

³ El sistema agroalimentario se define como “*el conjunto de las actividades que concurren a la formación y a la distribución de los productos agroalimentarios y, en consecuencia, al cumplimiento de la función de la alimentación humana en una sociedad determinada*” (Malassis, 1979, citado en Sevilla, et. al., 2012).

⁴ La principal diferencia entre el régimen agroalimentario y los sistemas agroalimentarios tiene que ver con la escala en la que se configuran las relaciones en torno a los procesos productivos, y el tipo de actores, sujetos y grupos que intervienen en dicha configuración (Ver McMichael 2015; Friedmann, 2016; Calle, Gallar y Candon, 2013)

la autonomía alimentaria y la agroecología, entre otros, y utilizan saberes, prácticas, vínculos y recursos para resistir y transformar algunas de las estructuras que los oprimen.

La expansión de este tipo de mercados alternativos busca transformar los mecanismos de distribución de alimentos observada en los últimos años. Mediante adjetivaciones como mercados locales, agroecológicos y orgánicos, así como ferias de consumo responsable, de economía solidaria o de comercio justo, tienen como objetivo diferenciarse de los circuitos convencionales. Pese a que estos mercados pueden expresar algunas transformaciones en torno a las formas de producción, consumo e intercambio, para poder valorar sus efectos en cuanto a la democratización de los sistemas agroalimentarios es fundamental identificar las relaciones de intercambio que construyen y el tipo de mercado que generan (Soler y Calle, 2010) pues su emergencia no implica necesariamente la transformación del mercado convencional; inclusive, en ocasiones, se ha observado que sus canales de distribución pueden reproducir prácticas que fortalecen estructuras globales desiguales generadas en torno a elites de consumo, prácticas discursivas asociadas a justicia social y ambiental basada en “juegos de etiquetas” -comercio justo, ambientalmente responsable, buenas prácticas de proveedores- y certificaciones -orgánico, verde o sustentable-, además de los nichos de mercado constituidos por las “falsas soluciones de la economía verde” (Rosset, 2016) que no cuestionan, ni transforman dichas estructuras.

Considerando lo anterior, es importante que en la construcción de alternativas se estimulen complementariedades territoriales y productivas que trasciendan la racionalidad económica e incluyan relaciones más justas y solidarias entre los participantes. La creación de vínculos entre actores locales y regionales va en esta dirección pues amplía la concepción de la distribución de alimentos y los mercados a ella relacionados.

La recuperación de espacios físicos y simbólicos vinculados con la distribución de alimentos que llevan a cabo las iniciativas mencionadas supone cambios en las lógicas y dinámicas que configuran los sistemas agroalimentarios (Calle, Soler y Vara, 2009). Al mismo tiempo, problematiza categorías y discursos

recurrentes -intercambios directos, precios justos, comercio justo, entre otros- que resultan cruciales para cuestionar y proponer transformaciones frente al modelo neoliberal (Nicholson, 2013) y los aparentes esfuerzos por erradicar los problemas de la liberalización de un mercado que margina a la mayoría de los productores.

No obstante las particularidades de los contextos y las trayectorias de las iniciativas, éstas deben afrontar las consecuencias del régimen agroalimentario global, expresado en la participación de grandes corporaciones en las diferentes etapas del proceso productivo, desde el tipo de semillas e insumos químicos (Bayern, Syngenta, BASF, DuPont), infraestructura y transporte (Nestel, Pepsico, Kraft Foods) hasta la distribución comercial (Walmart, Carrefour y Tesco) (Delgado, 2010; Rodríguez, 2010, Gallar, 2013), además de la implementación de subsidios, flexibilización de leyes, regímenes fiscales, permisos y la presencia cada vez mayor del sector financiero dentro del proceso productivo (Burch y Lawrence, 2009; McMichael, 2015).

De esta manera, se dinamizan procesos de acumulación por desposesión (Harvey, 2004) dentro de los sistemas alimentarios locales⁵, entendidos como una forma particular de sistema productivo organizado en torno a recursos locales específicos (Boucher y Pomeón, 2012), forzando a pequeños y medianos productores a participar del mercado como vendedores de su fuerza de trabajo y no como vendedores de alimentos (Kautsky, 1988); lo anterior se refuerza ante la ausencia de políticas públicas y de mecanismos de apoyo para este tipo de productores e intermediarios, incidiendo en la forma en la que se valora la agricultura y sus principales actores.

2. Intercambios diversos y complementariedades territoriales: puntos de partida para la construcción de alternativas alimentarias

⁵ De acuerdo con Kay (2016), los mercados territoriales, entre los que ubicamos a los sistemas alimentarios locales (además de incluir mercados regionales y nacionales), promueven la inclusión y diversidad, desempeñan funciones económicas, sociales, culturales y ecológicas en torno al abastecimiento de alimentos; buscan una mejor remuneración a los productores y por consiguiente mayores grado de autonomía; contribuyen al fortalecimiento de las economías locales; funcionan conforme a reglas compartidas acordadas por los participantes; se consolidan como lugares en los que entran en juego relaciones políticas, sociales y culturales, y donde las personas involucradas interactúan conforme a distintos grados de interdependencia y solidaridad.

Un elemento característico de los sujetos e iniciativas que buscan alternativas de producción, consumo e intercambio es su heterogeneidad, de allí que sus modalidades de entender y cuestionar categorías, prácticas y discursos sean diversas. Esto subraya la importancia de afianzarse en relaciones horizontales, solidarias y colectivas que permitan su articulación sin que esto implique ser cooptadas por los discursos hegemónicos pues estaríamos ante un *“mecanismo de refugio en los espacios micro-sociales, perpetuando en los espacios mayores un orden excluyente que, por lo mismo, acabaría por diluir esta alternativa en sus meras intenciones”* (Max-Neef, 1998:116). En el caso de la distribución de alimentos, esto se evidencia ante la capacidad de la Gran Distribución de *“reconstruir cualquier ficción de lo local, de la solidaridad, y de la calidad de los alimentos”* (López, 2012:23).

En ese sentido y con el ánimo de recuperar el control de las etapas del proceso productivo, quienes promueven los nuevos escenarios de comercialización e intercambio recuperan postulados de algunas vertientes de las ESS (Gracia, 2015) en cuanto a la búsqueda de otros mercados, otras formas de relacionarse y participar en ellos. *“Los mercados deben ser entendidos como espacios de intercambio de bienes y servicios en función de la sociedad y no sólo del capital”* (Coraggio, Acosta y Martínez, 2001:24), donde los diferentes actores logren poner en juego una multiplicidad de estrategias, algunas a favor de los intercambios directos, otras a partir de la posibilidad de generar formas de intermediación solidaria, pero teniendo como referente los contextos locales en los que emergen, las características de sus participantes y el tipo de transformaciones que buscan.

De allí que algunas de estas experiencias se conciben como mercados alternativos (Santana, 2011; Roldán y Gracia, 2015), mercados locales (MAELA, 2012; Chauveau y Taipe, 2012) o mercados territoriales (Kay, 2016). En términos generales estos mercados podrían incluirse dentro de los circuitos cortos de comercialización, redes de colaboración solidaria (Mance, 2008) o circuitos económicos solidarios (Lopera y Mora, 2009). A partir de los aportes y los debates planteados por las categorías anteriores, algunas de las iniciativas se han

concentrado en fortalecer la reducción de las *distancias geográficas* y *distancias comerciales*⁶ (ver Tabla 1), la primera, expresada generalmente en kilómetros y la segunda en el número de intermediarios entre producción y consumo. De ahí el afán por incentivar los intercambios directos y expresar sus virtudes frente a la intermediación; características reproducidas por la industria agroalimentaria que acapara la producción de productores locales a quienes les compra directamente a precios irrisorios.

Lo anterior es elocuente de la necesidad de incluir elementos que tomen en cuenta otro tipo de distancias dentro de los objetivos y estrategias que diseñan este tipo de experiencias. Por ejemplo, la *distancia funcional*, entendida como el poder ejercido por los participantes, la intermediación y las particularidades territoriales; la *distancia cultural*, expresada en las motivaciones, los valores y las relaciones que surgen en los espacios de intercambio o la *distancia dimensional*, asociada al volumen de la producción que se refleja en la cantidad de producto repartido y en el número de unidades de producción o de consumo implicadas (Gallar, 2013).

Tabla 1. Formas diversas para reducir distancias en la construcción de mercados alternativos		
Tipo de distancia	Características	Aspectos a considerar
Distancia geográfica	Kilómetros recorridos entre unidad de producción y consumidor final.	<ul style="list-style-type: none"> - Incentivar mercados locales (producción y consumo local) - Promover intercambios directos. - Posibilidad de acaparamiento de productos locales por parte de grandes distribuidores.
Distancia comercial	Numero de intermediarios entre productor y consumidor final	<ul style="list-style-type: none"> - Promover intercambios directos - Reducir el número de intermediarios - Desarrollar estrategias de intermediación solidaria - Posibilidad de acaparamiento por parte de grandes distribuidores
Distancia funcional	Poder ejercido por los participantes, intermediación y	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de decidir sobre producción y consumo - Posibilidad de diseñar estrategias de

⁶ La distancia geográfica óptima varía de acuerdo a diversos factores contextuales, sin embargo se podrían considerar dentro de este objetivo aquellos que se encuentran a menos de 200 km de distancia. Frente a las distancias comerciales, se contempla la posibilidad de tener máximo un intermediario.

	particularidades territoriales	intermediación favorables para todos los participantes en función de las distancias, las vías de acceso, la edad de los productores, entre otras - Generar estrategias de complementariedad territorial
Distancia cultural	Motivaciones, valores y relaciones que surgen en los espacios de intercambio	- Recuperar prácticas y conocimientos locales-tradicionales - Generar estrategias de complementariedad generacional - Diseñar mecanismos colectivos de negociación que no se agoten en el incremento del precio. - Promover formas de intercambios no monetarios
Distancia dimensional	Volumen de la producción, cantidad de producto repartido y número de unidades de producción o de consumo implicadas	- Número de familias asociadas o vinculadas - Capacidad de integrar cada vez más familias productoras - Capacidad de ampliar el número de consumidores
Fuente: Elaboración propia basado en Gallar (2013)		

2.1 La intermediación en el centro de la discusión

En el régimen alimentario globalizado la intermediación contribuido a que la agricultura se transforme en una actividad lucrativa y especulativa en la que los alimentos dejan de ser considerados y tratados como un derecho humano (Nyeleni, 2007) para ser tranzados como mercancías en mercados internacionales. El hecho de que la mayoría de los alimentos circulen y se intercambien por medio del mercado convencional implica otorgarles un valor de cambio expresado en el precio; sin embargo, en los alimentos producidos por pequeños y medianos productores el precio es impuesto por el conjunto de intermediarios que participan de la distribución que, en la mayoría de los casos, aprovecha la ausencia de información y mecanismos de control. Además de distorsiones asociadas al acceso y al precio de los alimentos, con lo anterior se amplían las distancias entre los participantes, los territorios y las posibilidades de transformación de los sistemas alimentarios locales.

Las condiciones desfavorables para los productores y la larga historia de abusos y desigualdades, han estimulado discursos y prácticas que estigmatizan⁷ el rol del intermediario con el ánimo de despojar a la intermediación de su capacidad de controlar y manipular la información y la producción. En estos discursos los intercambios directos se asocian a mayores grados de justicia para el productor -generalmente en relación a mejores precios-, dando por sentado que es imposible una intermediación equitativa.

Sin embargo, dentro de las experiencias analizadas, se observa como la intermediación cumple funciones específicas para la gran mayoría de los productores, principalmente tareas de logística y distribución -transporte y recepción de productos, almacenamiento, entregas a domicilio- además de tareas no especializadas que realizan los participantes y que no contempla ningún margen comercial. En ese sentido, reconocer que la intermediación logra resolver necesidades específicas, implica generar esfuerzos que conciban su transformación como una prioridad para el fortalecimiento de los sistemas agroalimentarios locales. Para esto, es necesario interpelar políticamente a quienes participan de las etapas de producción, distribución y consumo e incluirlos en procesos que integren características de cooperación, reciprocidad, equidad, justicia.

En consonancia con lo anterior, incluir alternativas a la intermediación no implica hablar de acumulación en su versión capitalista, sino más bien se trata de asignarles tanto valores monetarios a través del precio (Fernández, 2012) como no monetarios a partir de beneficios y virtudes sociales, culturales y ambientales, principalmente porque algunos de los principales problemas que enfrentan los

⁷ En términos sociológicos las categorizaciones y los estigmas muestran la interconexión individuo-sociedad y denotan la diferenciación social. De acuerdo con Goffman (1993) el estigma es un atributo profundamente desacreditador vinculado con una diferencia indeseable. Aunque este autor habla de estigmas relacionados con apariencia física, enfermedades mentales o atributos vinculados con sistemas de diferenciación como la raza, nación, género, etnia y religión, aquí utilizamos el término en el sentido de un prejuicio hacia una función económica –la intermediación– derivada de la concentración y acaparamiento del régimen alimentario que, aunque real, puede impedir captar otras formas de intermediación y comercialización que ocurren así como obturar la aparición de experiencias que contribuyan a transformar la economía, política y sociedad (Gracia, 2015).

productores podrían ser distribuidos o compartidos con otros participantes, resolviendo de esta manera algunas de las ineficiencias más recurrentes - distancias, tiempo de traslado, vías de acceso, falta de transporte y edad de los productores⁸. Es cierto que existen mercados, ferias y puntos de venta que pueden ser atendidos de manera directa por los productores, como lo reflejan las experiencias analizadas, pero abastecer centros urbanos y ciudades intermedias puede llegar a ser muy desgastante física y económicamente.

3. Metodología

El trabajo se basa en el análisis preliminar de fuentes primarias de información generadas en una investigación de tesis doctoral⁹ así como en fuentes secundarias (censos, encuestas, informes) y postulados teóricos integrados en las diferentes etapas de la investigación.

A fin de estudiar las estrategias de distintos actores -pequeños y medianos productores urbanos y rurales, líderes campesinos, organizaciones de apoyo-frente a la problemática de la intermediación y comercialización- se planteó el método de estudio de caso (Yin, 1994) y se seleccionaron dos casos que involucraran problemas comunes en contextos diferentes. Los casos escogidos fueron “Mercados Campesinos de Bogotá” y la “Confederación AgroSolidaria Colombia”, seleccionados tanto por su capacidad de visibilización de la problemática de interés en el contexto nacional como por su participación en procesos de producción y comercialización en la región central del país¹⁰. Para el primer criterio se tuvo en cuenta su presencia en escenarios académicos, institucionales y colectivos; en cuanto a la ubicación geográfica, su ubicación en la zona de Bogotá les permite acceder a pisos térmicos que van desde menos de los

⁸ Siendo éste uno de los principales retos del sector rural, también es uno de los ejes que vienen trabajando diferentes organizaciones en diferentes países, a partir de la creación de escuelas rurales, de centros agroecológicos y de talleres para jóvenes campesinos, que permitan incentivar y garantizar su permanencia en el campo. (Tamayo, 2014; Parrado y Molina, 2014)

⁹ Titulada “Estrategias, redes e iniciativas de intercambio desde la pequeña agricultura campesina: experiencias en México y Colombia” que se realiza en el marco del programa en Ecología y Desarrollo Sustentable de El Colegio de la Frontera Sur (México).

¹⁰ La región central del país está compuesta por Cundinamarca, Meta, Boyacá, Tolima, Huila y la parte rural de Bogotá

200 m s.n.m en el valle del Río Magdalena y el pie de monte llanero, hasta más de 3.000 m s.n.m en el páramo del Sumapaz, todo esto en un radio de menos de 200 km, lo que en términos alimentarios supone la capacidad de abastecer este tipo de mercados de una vasta diversidad de alimentos dentro de un espacio geográficamente cercano, estimulando además procesos de complementariedad productiva entre las regiones.

El diseño de las guías de observación y entrevistas semiestructuradas aplicadas durante el trabajo de campo entre abril y julio de 2016 se hizo a partir de los hallazgos efectuados en salidas exploratorias previas durante octubre de 2015 que permitieron identificar distintos roles entre los participantes de las experiencias: productores, promotores, organizaciones de apoyo y academia. Con las entrevistas se buscó identificar la percepción de cada participante según sus funciones y formas de participación respecto a la comercialización e intercambio y con la observación –que incluyó un diario de campo y diálogos informales- se pretendieron captar aspectos claves frente a la disposición del lugar, relaciones y vínculos sociales relacionados¹¹. Se acompañaron distintas actividades de las experiencias seleccionadas como días de mercado y ferias, reuniones organizativas, visitas a unidades de producción y encuentros institucionales, así como algunas iniciativas complementarias de agricultura urbana y ferias de productos locales. Se realizaron 32 entrevistas a líderes campesinos, productores, funcionarios públicos y académicos buscando recuperar voces de actores que cumplen funciones diferenciales en las organización y en los contextos en los que operan. También se realizaron visitas a unidades de producción (13) y se asistió a eventos académicos sobre aspectos claves del sector rural en Colombia. Para seleccionar a los entrevistados se contó primero con contactos clave y se utilizó la técnica de “bola de nieve”.

La sistematización y análisis de la información se realizó con el programa Atlas.Ti 7.5.6. Al mismo tiempo se utilizaron como referencia datos de fuentes

¹¹ Los ejes de las guías de entrevistas y de observación fueron: 1. organización/prácticas organizativas; 2. actores institucionales, organizaciones de apoyo, alianzas estratégicas; 3. prácticas productivas; 4. consumo; 5. comercialización e intercambio; 6. procesos complementarios; 7. factores que favorecen y/o debilitan; 8. conceptos teóricos clave.

secundarias como los censos agropecuarios, encuestas y datos generados previamente por investigaciones y programas de apoyo institucional (Ordoñez, et. al., 2011; Rosset, 2013; Parrado y Molina, 2014) e investigaciones para tesis de maestría y doctorado en las que se desarrollan aspectos puntuales de alguno de los casos seleccionados (Chaparro, 2014; Reina, 2013; Pereira, 2014, entre otros).

4. Características del contexto agrario colombiano

El contexto agrario colombiano reafirma la desigualdad e inequidad en la concentración, distribución y uso de la tierra¹² presente en el campo latinoamericano, aunque también aloja procesos organizativos que en algunos momentos se expresan en escenarios de gran participación y resistencia ciudadana. Pese a la represión soportada por los movimientos sociales -manifiesta en desapariciones de líderes campesinos, desplazamientos y asesinatos- las organizaciones campesinas, comunales, afrodescendientes, indígenas y sindicales, continúan generando iniciativas y propuestas para la construcción de un país más justo y solidario.

En ese sentido, pese a las dinámicas y mecanismos de control sobre el proceso productivo que ejercen grandes corporaciones (Ordoñez, 2014, Fajardo, 2014), algunos eventos recientes han demostrado el rechazo al régimen agroalimentario global por parte de diversos sectores de la sociedad y la reivindicación de mejores condiciones y garantías. Este rechazo y sus demandas asociadas, se desplegaron en 2013 durante el Paro Nacional Agrario y Popular -la mayor protesta social del país de los últimos tiempos- que reunió a productores de diferentes realidades y regiones del país en torno a pliegos y reivindicaciones de corto y mediano plazo que ampliaron la protesta del sector rural y generaron fuertes expresiones urbanas de solidaridad y rechazo a las injusticias padecidas por el campesinado (Ordoñez, 2014). Coincidimos con Ordoñez, investigador del

¹² De acuerdo con ICP-Semana (2012), en Colombia el 77% de la tierra está en manos de 13% de propietarios, y el 3,6% de estos tiene el 30% de la tierra. En la últimas tres décadas, 6,6 millones de hectáreas fueron apropiadas por la fuerza en el contexto de violencia del país. Y finalmente, el uso de la tierra no corresponde a su vocación principal: de las 39,2 millones de hectáreas que se usan para ganadería, solo 21 millones son aptas para eso, mientras que de las 21,5 millones de hectáreas de tierra con capacidad agrícola, solo se usan 4,9 millones.

Instituto Latinoamericano para una Sociedad y un Derecho Alternativos (ILSA) acerca de que este paro agrario que duró 24 días -al igual que el más reciente paro camionero de 2016 en el que se plantearon demandas de pequeños y medianos intermediarios (transportadores)- deben ser leídos “*como una gran manifestación de rechazo a la configuración y dinámica del régimen alimentario corporativo en Colombia, y por ende, debe ser interpretado como la más grande exigencia de soberanía alimentaria en el país, esto a pesar de la falta de una lectura sistémica e integradora de las diferentes demandas y hechos que llevaron a la protesta campesina*” (Ordoñez, 2014:1).

Estas protestas sociales, así como otras *formas cotidianas de resistencia campesina* (Scott y Sanchis, 1997) son expresiones de la inconformidad que subyace de manera general entre el campesinado y las dinámicas económicas que los afectan y los excluyen. Al mismo tiempo, son un llamado de atención a la sociedad rural y urbana para visibilizar las desigualdades que a causa de la cotidianidad pasan desapercibidas. En este caso, detener el flujo de alimentos del campo a la ciudad se convierte en la oportunidad de visibilizar al campesinado frente a los abusos y faltas de garantías de parte del estado. Adicionalmente, estas expresiones de inconformismo, visibilizan demandas colectivas ante diversos actores y dinamizan estrategias para recuperar espacios de participación política y toma de decisiones que favorecen a pequeños y medianos productores e intermediarios.

Un aspecto relevante en el contexto colombiano tiene que ver con la desarticulación entre las unidades de producción y los espacios convencionales de comercialización en donde es recurrente el retorno de alimentos producidos en una región luego de haber pasado por las centrales de acopio de las ciudades principales, situación que refleja una de las ineficiencias del sistema agroalimentario centralizado y controlado por acopiadores-intermediarios.

5.1. La creciente concentración de los canales de distribución de alimentos

En Colombia predominan cinco canales de distribución en las ciudades grandes e intermedias: a) *mayoristas*, b) *grandes superficies y tiendas express*, c)

supermercados independientes, d) *tiendas de barrio*, y e) vendedores ambulantes. A estos canales se agregan, en algunas regiones, mercados, ferias y tiendas con algún grado de diferenciación, que incorporan estrategias de comercialización (canastas, domicilios, compras colectivas) que favorecen a productores y consumidores en cuanto a la calidad de los productos y mejores precios para las dos partes.

El *canal mayorista* comprende centrales de abasto y plazas de mercado. En Bogotá, la principal central de abasto, Corabastos, es la segunda más grande de Latinoamérica después de la central de abasto de la Ciudad de México (Reyes, 2010). Corabastos pertenece principalmente a comerciantes e inversionistas privados (entre los que figuran algunas entidades financieras) y en porcentajes menores a la alcaldía de Bogotá, la Gobernación de Cundinamarca y el Ministerio de Agricultura.

A esta gran central de abasto, la complementan 19 plazas de mercado distritales y 23 privadas, las cuales funcionan como centros de agregación de oferta, desde los cuales se redistribuyen alimentos a las tiendas de barrios y a ciudades intermedias. Dicha redistribución da lugar a una de las ineficiencias más recurrentes dentro de los sistemas alimentarios controlados por pocos actores: las distancias que recorren los productos para llegar a los centros de acopio para luego ser reenviados a sus lugares de origen o bien para ser abastecidos de productos que se cultivan localmente pero que vienen de otras regiones después de haber pasado por varios intermediarios y haber inflado su precio. Este fenómeno se ha consolidado ante la ausencia de políticas públicas y mecanismos que garanticen la participación de pequeños y medianos productores dentro de centrales y plazas de mercado.

En las últimas décadas se realizaron fusiones, acuerdos y adquisiciones a nivel mundial¹³ que reafirmaron la participación y control de grandes capitales en los canales de distribución. Este fenómeno, denominado *distribución de alimentos*

¹³ En Colombia, el Grupo Éxito- que controla almacenes Éxito, Carulla y Surtimax- pertenece al Grupo Casino de Francia que controla el 42% del sector de grandes superficies. Le sigue el Grupo Olímpica propiedad de empresarios colombianos y en tercer lugar el grupo chileno Cencosud, el cual participa del mercado colombiano con las tiendas Jumbo y Easy (Dinero,2016)

en grandes superficies, ha originado el aumento de las importaciones de comida barata y el posterior abaratamiento de productos nacionales, junto al deterioro de las relaciones comerciales con los productores, quienes no logran cumplir con las condiciones de compra -volúmenes, presentación, rotulado, códigos de barras- y se ven desfavorecidos por la forma de pago. Adicionalmente, esta modalidad de distribución ha incrementado su presencia en los barrios a partir del diseño de *tiendas “express”* que ofrecen gran variedad de productos, atención 24 horas, entregas a domicilio, y permiten realizar pagos, transacciones y retiros bancarios - entre otros servicios- con el respaldo de grandes corporaciones. En este renglón, pero con otras características, se incluye un formato de tiendas de bajo costo¹⁴ que ha incursionado en Colombia desde 2010.

Este tipo de canales han desplazado a las *tiendas de barrio* como panaderías, carnicerías y cafeterías así como a *vendedores ambulantes* y algunos *supermercados independientes*, que no sólo fungen como agentes de compra entre el canal mayorista y el consumidor final, sino que también incorporan grados de confianza y solidaridad entre tenderos y consumidores (diálogo informal con líder ASOCOMUNAL, octubre 2015, Bogotá). Las tiendas y mercados diferenciados se caracterizan por crear vínculos directos entre consumidores y productores, incentivar formas de producción orgánica y agroecológica e incorporar algunos valores y principios de solidaridad y justicia en los intercambios. En general este tipo de tiendas se suelen ubicar en zonas de ingresos altos, lo cual excluye a un gran número de consumidores y restringe sus posibilidades de transformar los sistemas alimentarios. Adicionalmente, tiendas como éstas buscan diferenciarse a partir de la incorporación de mecanismos de control, certificación y validación de procesos que hacen agencias privadas. Algunos de estos espacios diferenciados, sin embargo, han estimulado la participación de productores, consumidores y académicos, tanto en los procesos de certificación como en el apoyo de procesos productivos, de distribución y de

¹⁴ En el país hay tres tiendas con este formato “D1”, “Justo y Bueno” y “Ara” -las tres con una participación mixta entre capitales nacionales y extranjeros. De acuerdo a la revista Dinero, la estrategia de estas tiendas se basa en la reducción de costos de exhibición, negociación con proveedores, logística y mercadeo para ofrecer a los consumidores descuentos en el precio final que, en ocasiones, llegan a ser hasta del 30%. (Dinero, 2016).

consumo. Para esta investigación, ahondamos en dos propuestas que, a partir de motivos y estrategias diferentes, llevan más de una década generando experiencias y aprendizajes en torno a la transformación de los mecanismos de producción y distribución de alimentos en el país.

Como veremos a continuación, los espacios que convergen en los dos casos estudiados han diseñado canales de distribución y espacios de comercialización alternativos frente a los convencionales. Algunas han fortalecido canales mayoristas que les permiten acopiar a nivel regional y abastecer, principalmente, algunas tiendas de barrio y restaurantes, aunque sobre todo han promovido mercados locales, canastas a domicilio y, recientemente, las ventas por internet. Todas estas estrategias han estado acompañadas por formas de intermediación que reflejan la importancia de esta función dentro de los sistemas agroalimentarios, pero que muchas veces su implementación no es reconocida como una prioridad dentro de estas experiencias.

5. Los procesos de intermediación desde las experiencias estudiadas

6.1. Breve caracterización de los casos de estudio

a. Mercados Campesinos (MC) es un proceso organizativo conformado en 2004, compuesto por un núcleo central integrado por el Comité de Interlocución Campesina y Comunal (CICC¹⁵) y la Alianza Campesina y Comunal (ALCAMPO)¹⁶ -ver cuadro 1-, organizaciones campesinas que se han conformado a partir de diversas luchas y reivindicaciones populares históricas en diferentes regiones del país. Este núcleo está dispuesto en cuatro coordinaciones con tareas específicas (comercialización, organización, comunicación y capacitación) y un canal de comunicación que va del campesino, coordinador regional, pasando por el comité campesino municipal y el promotor municipal. Adicionalmente contaron con el

¹⁵ Integrada por: Fundación San Isidro, Federación Nacional Sindical Unitaria Agropecuaria (FENSUAGRO), Federación Nacional de Cooperativas Agropecuarias (FENACOA), Asociación Nacional de Ayuda Solidaria (ANDAS), Acción Campesina Colombiana (ACC) y Asociación Mercados Campesinos del Oriente del Tolima (ASOMERCAMP).

¹⁶ Integrada por: Asociación Nacional de Mujeres Campesinas, Negras e Indígenas de Colombia (ANMUCIC), Asociación Departamental de Usuarios Campesinos de Cundinamarca (ADUC), Mutual Comunal Agroalimentaria (AGROCOMUNAL).

acompañamiento de ILSA, Oxfam y la Secretaria de Desarrollo Económico en diferentes etapas.

Al mismo tiempo, en torno a ese núcleo han participado diferentes instituciones de acompañamiento financiero, técnico, investigativo, además de otros actores campesinos y aliados comerciales¹⁷. Esta diversidad de actores permitió el fortalecimiento organizativo y comercial de los participantes en algunas regiones, pero dejó pendiente la consolidación de procesos autónomos que pudieran ser dinamizados por las organizaciones campesinas desde los territorios y les permitieran enfrentar la ausencia del apoyo económico, principalmente.

En ese orden de ideas, MC encontró en la capital un escenario que facilitó no solo la comercialización de los productos rurales sino también la visibilización del campesinado. Hasta octubre de 2015, los productores participantes de la región central del país, más de dos mil personas ubicadas en más de 112 municipios¹⁸ del país, ofrecían sus productos en 12 parques públicos de la ciudad, situación que se vio truncada a raíz del cambio de alcalde¹⁹ de la ciudad a partir de 2016, y la posterior reestructuración del proceso, lo que significó la eliminación de los permisos y recursos destinados a MC.

Dentro de los principales objetivos frente a la distribución se encontraba la eliminación de los intermediarios y la consolidación de un canal mayorista (que aún se conserva en menor medida) que se vincula con restaurantes y tiendas de barrio coordinado por las organizaciones campesinas involucradas en el proceso. Sin embargo, al no poder garantizar la comercialización del total de la producción, se diseñaron talleres, capacitaciones, visitas, entre otras actividades, con el objetivo de mejorar las condiciones de negociación con los intermediarios. Por lo

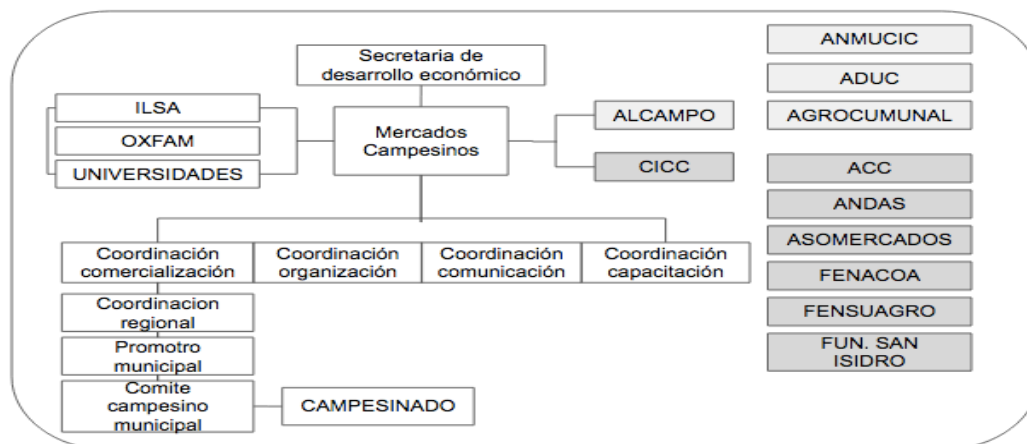
¹⁷ Para una descripción detallada de los actores involucrados revisar Parrado y Molina (2014). Mercados Campesinos: Modelo de acceso a mercados y seguridad alimentaria en la región central de Colombia.

¹⁸ De acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) los municipios corresponden al segundo nivel de división administrativa en Colombia, que conforman los departamentos.

¹⁹ El alcalde saliente fue Gustavo Petro (2012-2016), del Polo Democrático Alternativo y el alcalde que lo sucedió -actual alcalde de la capital- Enrique Peñalosa (2016-2020), del Movimiento Equipo por Bogotá y Cambio Radical.

tanto, las propuestas y prácticas se han venido reinventando en función de las diferentes etapas del proceso.

Grafico 1. Estructura organizativa de Mercados Campesinos



Fuente: Elaboración propia basado en Parrado y Molina (2014)

b. AgroSolidaria (AS), es un modelo de organización socioeconómica que desde 1994 integra familias agricultoras y prosumidoras urbanas y rurales, que se viene fortaleciendo a partir de procesos organizativos locales en diferentes regiones. Tiene sede en el Departamento de Boyacá (centro-oriente del país, a 150 kilómetros de Bogotá), sin embargo, a mediados de la primera década de este siglo logró escalar a otros departamentos y regiones. Para 2014 AS tenía presencia en más de 18 departamentos²⁰ del país con más de 32 mil familias asociadas. Esta iniciativa integra dentro de sus intereses y objetivos diversos procesos complementarios, entre los que sobresalen las finanzas solidarias, los grupos asociativos de producción, distribución, transformación y consumo de alimentos.

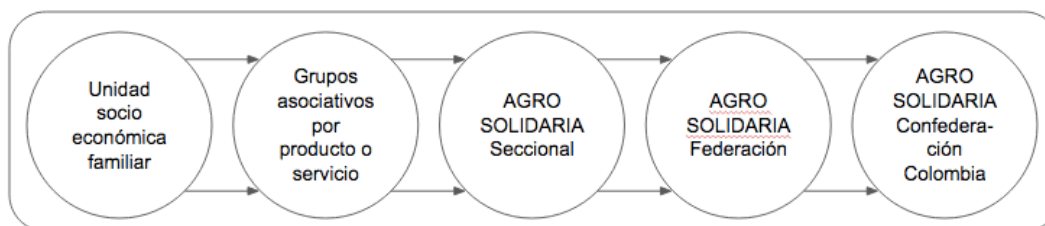
La propuesta metodológica y de organización del trabajo se basa en proceso colectivos caracterizados por la autonomía, la descentralización, la interdependencia, la equidad y la complementariedad, el relevo generacional y la gestión asociada. Estos pilares se configuran a partir de una estructura

²⁰ El país está dividido en 32 departamentos y un distrito capital -Bogotá.

organizacional horizontal que comienza con las unidades socioeconómicas familiares conformadas por diversos grupos asociativos en torno a financiación, producción, transformación, distribución y consumo, los cuales a su vez conforman las seccionales que se agrupan a nivel regional en federaciones y a nivel nacional en una confederación.

Frente a la distribución, AS se plantea objetivos que apuntan a la exclusión de especuladores e intermediarios ineficientes, así como la necesidad de humanizar el sistema comercial mediante el reconocimiento de la diversidad cultural de los diferentes actores sociales dentro del territorio. Lo anterior implica, entre otras cosas, el diseño de mecanismos para garantizar precios justos a consumidores e intermediarios, así como márgenes justos para los intermediarios o distribuidores.

Grafico 2. Estructura organizativa de AgroSolidaria



Fuente: Elaboración propia basado en material de divulgación de AS

Tabla 2. Resumen de las características principales de los casos de estudio		
Categorías	Mercados Campesinos	AgroSolidaria
Prácticas productivas	-Producción diferenciada (orgánica, agroecológica, limpia)	
Comercialización e intercambio	-Venta directa	
	-Canal mayorista -Reducción máxima de la intermediación	-Estrategias de intermediación solidaria -Puntos de distribución solidarios
Procesos complementarios	-Formación política -Capacitación para negociación con intermediarios -Escuelas campesinas	-Finanzas Solidarias -Herederos Agrosolidarios -Relevo y complementariedad generacional - Complementariedad de género
Factores que	<i>Favorecen:</i>	<i>Favorecen:</i>

favorecen y/o debilitan procesos de comercialización	<ul style="list-style-type: none"> -Apoyo institucional -Presencia territorial -Cobertura de comercialización <p><i>Debilitan:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -Dependencia de recursos externos -Falta de apoyo al fortalecimiento de mercados locales -Relevo generacional y de liderazgo 	<ul style="list-style-type: none"> -Descentralización -Presencia territorial -Líderes en territorios -Consolidación de mercados locales <p><i>Debilitan:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -Relevo generacional y de liderazgo
Fuente: Elaboración propia con base en entrevistas realizadas a participantes de Mercados Campesinos y de AgroSolidaria.		

6.2 Intercambios directos, intermediación y contextos

Las estrategias utilizadas por los casos seleccionados muestran la complementariedad que existe entre los intercambios directos y distintas formas de intermediación más equitativas, incluyentes y de fácil acceso para los productores, al tiempo que muestran diversos procesos complementarios (tabla 2) que favorecen las estrategias de comercialización e intercambio. Es así que, pese a que los esfuerzos se enfoquen en los intercambios directos, tanto MC como AS vienen generando herramientas que permiten inaugurar nuevos canales de comercialización de la mano de actores solidarios.

A diferencia de AS que ha venido desarrollando estrategias de comercialización de acuerdo a los contextos en donde se ubican, MC buscó el fortalecimiento del canal directo. Los aprendizajes que dejó el fortalecimiento de la venta directa son bien reconocidos tanto por los consumidores como por los productores. Estos últimos expresan motivaciones y aprendizajes que no resultan evidentes y solo a través del diálogo se logra comprender la importancia que para ellos tienen los encuentros cara a cara.

la gente nos apoya y nos respalda, porque los consumidores de Bogotá aprendieron a valorar, a respetar a los campesinos y defender los espacios en donde nos reunimos, porque somos una fuente de identidad, de intercambio cultural, y esa forma de valorar ayuda a sensibilizar. Es un espacio enriquecedor tanto para la ciudad como para nosotros los campesinos que nos damos cuenta que somos importantes para los consumidores, les gustan nuestros productos y saben que son mejores que los que pueden comprar en otros lugares. (Líder campesina y productora, MC, Bogotá, junio 2016)

Sin embargo, pese a que dentro de sus expectativas se encuentran poder abastecer de alimentos a la ciudad, también deben enfrentar situaciones que los

alejan de estos espacios y los orillan a los canales convencionales o la venta a revendedores. Entre otras, además de la intermitencia -referida anteriormente-, la mayoría de los productores que participaban tanto en MC como en AS durante el trabajo de campo, no lograban circular toda la capacidad productiva por un solo canal de distribución y más aún si se tiene en cuenta que los lugares en donde se ubican no cuentan con la infraestructura para almacenar y manipular productos frescos, ni aquellos que requieren cadenas de frío para su conservación (hortalizas, frutas, derivados de la leche y cárnicos).

Por otro lado, los intercambios directos deben enfrentar la dificultad generalizada de ampliar la oferta de productos. Generalmente, ésta se limita a algunas hortalizas, derivados lácteos y poca variedad de frutas y la razón principal son las distancias y el transporte de los productores lo que genera un filtro en la participación. Desde MC se venían generando mecanismos para gestionar apoyos para el traslado de los productores y de esta manera ampliar la oferta, pero sobre la base de los intercambios directos.

Lo que nosotros intentamos es cortar la intermediación totalmente, llevarla a cero. Dentro de la organización campesina se conversa el tema de los fletes, el tema de los costos, de la asociatividad, del cómo disminuir esa cadena de intermediación, ver a través de qué herramientas el campesinado puede dejar de perder frente a la intermediación. Algunos han comprado camiones, han formado colectivos de transportadores, algunos municipios han dado camiones, eso ayuda. (Líder campesino y productor, MC, Pacho, Cundinamarca, junio 2016)

Sin embargo, el esfuerzo por “*cortar la intermediación totalmente*” muchas veces se agota en la posibilidad de generar apoyos y acuerdos con autoridades locales o con otro de tipo de organizaciones sociales que si bien resuelve el transporte de manera temporal, genera dependencia e impide la exploración de otras estrategias. Ante esa realidad, algunas organizaciones dentro de MC han generado procesos de capacitación para que los productores puedan negociar con los intermediarios, teniendo en cuenta que,

Ellos tiene que seguir trabajando siempre con el intermediario, en ese aspecto se logró trabajar en la parte de mercados dándoles herramientas para que no sea tan inequitativa la negociación que ellos hacen con los comerciantes, y eso les ha dado también la experiencia para que no tengan una situación tan desventajosa (Líder campesina, MC, Bogotá, mayo 2016)

Este tipo de herramientas de negociación, son tan solo una de las estrategias que han diseñado las experiencias analizadas para enfrentar las desigualdades que supone la relación entre productores e intermediarios-acopiadores, teniendo en cuenta que reducir el problema de la intermediación a la posibilidad de negociar en mejores términos, niega la posibilidad de cuestionar el comportamiento de los actores con poder dentro de los mercados (Kay, 2016). Asimismo algunos de estos espacios se convierten en núcleo de procesos de aprendizaje que incluyen la formación política, y coadyuvan al fortalecimiento de la identidad campesina en el campo y la ciudad (tabla 2). De acuerdo con la percepción de uno de los entrevistados, varios sectores -especialmente funcionarios públicos- desvirtúan los beneficios de este tipo de iniciativas al considerar sólo sus resultados inmediatos medidos en costos y ganancias, costos y estadísticas, pero desconocen los procesos de transformación originados

Y esto marca la diferencia de qué es lo que ellos realmente están esperando con los procesos, no solamente ir a sembrar una lechuga y comérsela, ¡no! ellos están buscando más, eso es una herramienta, pero de ahí para allá tienen un proceso social que les está dando sentido, están alimentando su estructura social, sus procesos políticos de territorio de una manera diferente y la excusa es la lechuga, el tomate, la papa, y de eso el gobierno no se ha dado cuenta, ése es el potencial que no le ven a estas iniciativas, creen que están sembrando lechuga para comer lechugas, y ellos están haciendo un proceso de resignificación del territorio, de formación política totalmente diferente (Líder-asesora procesos productivos, productora urbana, Bogotá, junio 2016).

En ese sentido, los casos seleccionados han dado lugar a la expresión de demandas y conquistas políticas y económicas que van más allá de lo alimentario. La formación política y la creación de canales para formular las necesidades de los participantes se materializan en la recuperación de lugares (parques, plazas, escuelas, veredas), en prácticas (intercambios de semillas, mingas, convites, la mano vuelta) y formas de cooperación (articulación entre los participantes y con procesos complementarios).

Hasta aquí hemos expuesto algunos elementos asociados a los intercambios directos a los que no todos los productores logran acceder, de allí la necesidad de generar roles que permitan que cada vez más productores consigan transformar las condiciones de distribución a las que se ven expuestos por la falta de garantías. Algunas posturas cuestionan el esfuerzo que deben hacer los

productores para participar de espacios que promueven intercambios directos, principalmente por las distancias, los recursos económicos y logísticos, y la ausencia de apoyos e infraestructura. Y es que,

No se le puede exigir al campesino que sea conductor, que sea cobrador, que sea almacenista y que comercialice, ya cumplió una función y hay otros roles que se deben cumplir (Integrante organización campesina, exfuncionario público, Bogotá, Junio 2016).

Por lo tanto, pensar en el intermediario como un aliado cobra sentido en la medida que se hace necesario especializar esta tarea pero por fuera de la lógica del régimen agroalimentario dominante. Frente a este proceso, los casos analizados han reflejado experiencias positivas en las regiones donde el trabajo cooperativo y comunitario ha dado lugar a su transformación y ha permitido demostrar que *“la intermediación justa es posible y que pueda haber un grupo de personas que se pueden dedicar a ese proceso de comercialización de una manera diferente”* (Promotor AS, Bogotá, junio 2016). En la misma dirección, uno de los líderes campesinos de Cundinamarca menciona que *“la intermediación en su justa medida tiene que existir, uno no se puede especializar en todas las etapas de la producción. Uno puede tener lo justo cuando uno está en una cadena justa”* (Líder campesino y productor, MC, Viotá - Cundinamarca, junio 2016). Esta cita muestra que la noción de justicia se recupera como una demanda movilizadora de cambios y transformaciones.

Tanto en MC como en AS, este tipo de complementariedades se dan en escasa medida: entre los participantes de MC -cuando se realizaban mercados presenciales- al final de la jornada se hacían intercambios –monetarios y no monetarios- entre los productores que venían de diversas regiones y, en el caso de AS, a partir de diálogos entre seccionales se generan acuerdos -hasta ahora muy incipientes- a través de los cuales se logran consolidar intercambios entre diferentes regiones, sin embargo, estos esfuerzos van conformando acciones transformadoras, siempre y cuando se continúen fortaleciendo.

En ese sentido, este tipo de prácticas permite tener mayores grados de independencia y formas autogestivas que se reflejan en la distancia que pueden tomar de los juegos de etiquetas, certificaciones y validaciones que impone el modelo agroalimentario.

Deben ser espacios con un ambiente inclusivo, de vincular a la gente con muchísima facilidad, y que le facilitan mucho las cosas al productor y le quitan esa angustia de tener que estar formalizado, de tener registros, certificaciones y de demostrar sus buenas prácticas de manufactura y todas esas cosas que asustan generalmente al pequeño productor. Entonces ellos no se sienten solos en ese sentido y pueden gobernar sus medios de vida, pueden aprovechar lo que tienen y con eso vivir (Investigadora-promotora comercialización, Bogotá, Julio 2016).

La posibilidad de recuperar espacios de comercialización en la ciudad debe estar acompañada de propuestas que permitan, al mismo tiempo, la reterritorialización de los mercados para evitar la centralización y la dependencia de determinados espacios y actores. Adicionalmente, es necesario continuar fortaleciendo procesos complementarios que permitan afianzar estrategias de comercialización, ejemplo de esto son las escuelas campesina y los procesos de formación política que promueven las organizaciones que participan de MC y que se articulan con experiencias similares a nivel nacional, que además refuerzan procesos de autonomía dentro de los territorios y que se reflejan en las formas de participación a nivel local y regional principalmente.

Al mismo tiempo desde AS se plantea la importancia de diseñar estrategias que enfrenten temas como el relevo y la complementariedad generacional y de género que estimulen la transmisión de prácticas y saberes diversos (herederos agrosoldarios) entre sus participantes, así como la puesta en marcha de estrategias de financiación –con fines productivos o no- que permitan fortalecer economías locales, en la medida que el dinero circule más por el territorio. Finalmente, estos procesos complementarios aunados al objetivo de transformar los procesos productivos abonan a la posibilidad de consolidar otra sociedad, otra economía, otros marcos culturales y por lo tanto otra política y otras formas de participación (Caracciolo, 2013)

Finalmente, parafraseando a Max-Neff (1998), parece que el problema no es tanto que no se logren encontrar respuestas a la crisis del modelo agroalimentario en general y a su distribución en particular, sino más bien que no se han planteado preguntas para enfrentar las desigualdades. Como mencionan algunos de los productores entrevistados, “el cuello de botella” quizá no sea la

intermediación como tal sino más bien el tipo de intermediarios que participan de los sistemas agroalimentarios.

6.3. Realidades y perspectivas en torno a los intercambios desde la voz de los actores

Del total de entrevistas efectuadas (32), veintidós se realizaron durante recorridos por las unidades de producción en donde productores y productoras expresaron el esfuerzo y la dedicación que requieren las labores del campo. Sin embargo, esa sensación de orgullo y gusto por cultivar y cuidar la tierra y el agua se desvanecía ante la frustración e inconformidad que expresaban al abordar el tema de la comercialización. La mayoría de los productores tienen que “negociar” algún porcentaje de su producción en condiciones desfavorables con los intermediarios que llegan a las fincas a ofrecer precios insignificantes por el trabajo de temporadas de siembra y recolección. Uno de los productores que participan del proceso de MC, expresa claramente esta inconformidad:

Muchas veces el productor, el campesino, el que va y labra la tierra, el que viene y le ofrece a usted el producto es el que menos gana, la plata como tal se la llevan los intermediarios, el que me compra a mí, simplemente por el hecho de decir ‘déjeme el bulto aquí’, con ese solo hecho ya se ganó más del 50% de lo que vale la mercancía, cuando yo que tengo que labrar la tierra, conseguir la semilla, sembrarla, cultivarla, abonarla, soy el que menos gana. Eso es un descalabro, como se le ocurre que una persona que produce, que se sacrifica, que con el sudor de su frente saca los productos, gane menos que una persona que simplemente comercializa. Eso es tan ilógico. (Productor y líder campesino MC. Arbeláez - Cundinamarca, junio 2016)

La frustración crece al conocer el precio que pagan los consumidores, quienes a su vez desconocen las ineficiencias y abusos que hay en los canales convencionales de comercialización, generando desigualdades a costa de las dos etapas más débiles de los sistemas alimentarios (Segrelles, 2010) donde

Los que menos ganan son los productores y los más afectados son los consumidores y los campesinos, hay que cambiar esa regla, darle vuelta, porque entre un productor y un consumidor, depende del tipo de producto, puede haber entre ocho y diez actores en esa cadena de intermediación. No se trata de eliminar a esos diez actores, sino cambiar las reglas en las ganancias, eso es el mercado justo. (Líder campesino, MC, Bogotá, junio 2016)

Para cambiar las reglas se requiere cuestionar la forma en que participan cada uno de los actores involucrados y fortalecer espacios y canales de

comercialización en los que fluya oportuna y eficientemente la información, los productos y las oportunidades. Sin embargo, a pesar de que las iniciativas que abundan actualmente sirven de plataforma para que algunos productores logren acercarse a los consumidores, éstas se caracterizan por la intermitencia con las que generan los encuentros, generalmente una vez a la semana, o incluso una vez al mes, lo que no resuelve el problema de la distribución, ya que *“el problema en sí no es el acceso a los mercados en general, sino más bien el acceso a mercados remunerativos que funcionen para los productores a pequeña escala y las condiciones en las que negocian su acceso”* (Kay, 2016:9). A pesar de que estos espacios alternativos de comercialización captan un porcentaje de la producción, no resuelven problemas estructurales sino que conforman, en el mejor de los casos, mecanismos de resistencia frente a la crisis o nichos de mercado que no alcanzan mayor autonomía como para desembocar en una estructura más durable e inspirar la creación de nuevas estrategias de fortalecimiento organizacional (Max Neef, 1998).

En ese sentido, el fortalecimiento de estas iniciativas de comercialización y la intención de transformar los sistemas alimentarios locales está sujeta a la posibilidad de incluir a un número cada vez mayor de productores y productos, consumidores e intermediarios dispuestos a construir relaciones de intercambio que permitan generar complementariedades territoriales, generacionales, de conocimientos, entre otras. Para ello, es necesario cuestionar prácticas que, incluso dentro de espacios diferenciados, restan a la consolidación de alternativas de comercialización. Nos referimos particularmente a dos aspectos observados: el primero tiene que ver con el tipo de consumidores que asisten a las tiendas, mercados y ferias que han venido apareciendo en la ciudad, caracterizados por ingresos altos y ubicados en zonas igualmente diferenciadas. Existen excepciones, entre las que ubicamos a MC y AS, que hacen parte de procesos que buscan ampliar las posibilidades de acceso a alimentos para diferentes consumidores, por lo que sus propuestas no se agotan en la consolidación de nichos de mercado sino más bien intentan resolver aspectos relacionados con la

oferta y la demanda a partir de la integración de un número cada vez mayor y diverso de participantes.

Un segundo elemento permite identificar uno de los retos que acompañan este tipo de procesos y que responde a la posibilidad de ampliar las oportunidades para nuevos participantes, en lugar de buscar los mecanismos para usurpar el trabajo de otros productores en función de intereses individuales. Y es que muchos de los productores que asisten a espacios diferenciados y que han logrado acumular mayor experiencia y capital, se han volcado hacia la intermediación. Sin embargo, pese a que en este artículo recuperamos algunas de las virtudes de esta etapa, los medios y la racionalidad que dinamiza esos esfuerzos por parte de algunos productores, no genera beneficios colectivos. De tal manera, se estaría volviendo al mismo lugar desde donde se partió, encontrando en estos espacios una salida temporal a la crisis de empleo e ingresos, pero no a la construcción de mecanismos de transformación de las causas que las originaron, reproduciendo prácticas y lógicas de reproducción ampliada del capital, a partir del acceso a vehículos y mercados diferenciados (incluyendo AS y MC) por parte de algunos productores.

Hay un fenómeno de desplazamiento. Desplazamiento del productor, el productor que ya tiene cierto grado de ganancia, se considera en una posición superior sobre otros productores y él ya entra en la cadena de acopiador - intermediario, porque él le quiere comprar al chiquito y hace una especie de maquila y luego le vende a otro intermediario, a veces deja de ser productor y se vuelve intermediario, es mejor negocio. (Asesora proyectos productivos, Bogotá, julio 2016)

Estos dos elementos que hemos señalado, reflejan la ausencia de procesos colectivos en los que la participación y la toma de decisiones permitan incidir en escenarios sociales, económicos y políticos más amplios. Adicionalmente, la transición de productor a intermediario expresa la posibilidad de asumir dicha función a partir del fortalecimiento organizacional. Y en ese sentido, el reto consiste en demostrar que la intermediación no siempre tiene motivaciones exclusivamente económicas, a pesar de que en la mayoría de los casos se origina de la necesidad de obtener mayores ingresos, es decir que la intermediación también puede ser solidaria, movilizadora de energías colectivas, participativa y dirigida a transformar las estructuras de los sistemas alimentarios o bien enfocada a generar mayor autonomía en la toma de decisiones colectivas e individuales

(tanto de productores como de consumidores); la diversificación de los canales de distribución va sumando opciones, entre las que los intercambios directos son tan solo una de las opciones y donde la intermediación puede asumir formas diversas -positivas y negativas. Por lo tanto, no existen estrategias que deban ser replicadas de manera idéntica, ya que cada contexto, con los actores y vínculos que crea, ofrece oportunidades diferentes.

6. Conclusiones

Hemos identificado elementos que amplían las discusiones en torno a la intermediación como función determinante en la transformación de los sistemas alimentarios locales. Coincidimos en la importancia y las virtudes que tienen los intercambios directos en cuanto a las posibilidades que inauguran desde relaciones más estrechas y cordiales entre productores y consumidores. Evidenciamos los problemas que tienen los productores para acceder a este tipo de intercambios y las dificultades que enfrentan al momento de negociar con los intermediarios. Al mismo tiempo, los hallazgos nos permitieron explorar la idea de que el problema no es en sí la intermediación -como lo plantean algunas posturas- sino el tipo de intermediarios que participan de los circuitos convencionales. En ese sentido, a pesar del rechazo hacia la intermediación por parte de algunos procesos similares en el contexto colombiano, encontramos que se trata de una práctica recurrente dentro de este tipo de experiencias que, aunque muchas veces no se reconozca, es utilizada por los productores como un mecanismo para movilizar sus productos.

Los casos de estudio seleccionados muestran que la intermediación es una actividad necesaria que, sin embargo, se ha fundado sobre un sistema de relaciones desiguales e injustas. Por lo tanto, antes que negar su existencia, las experiencias estudiadas diseñan estrategias para favorecer los intercambios directos (MC) -sin que esto signifique eliminar la intermediación- y hacen de la intermediación solidaria el principal aliado de pequeños y medianos productores (AS), entendiéndola finalmente como la posibilidad de realizar actividades de comercialización a partir de la asignación de roles dinamizados por

participantes/asociados/familiares, que reconozcan la importancia de recuperar esta etapa del proceso productivo de las lógicas y racionalidades de la industria agroalimentaria. En ese sentido, la posibilidad de construir canales solidarios de intermediación pasa por reconocer y transformar las necesidades de los participantes así como por deconstruir algunas de las nociones básicas del modelo hegemónico, como la acumulación, la competencia y el dinero como indicadores de éxito.

Pese a que estos dos casos son representativos del contexto colombiano, vale la pena mencionar que paralelamente se consolidan procesos similares y/o complementarios que fomentan principalmente intercambios directos que, si bien favorecen inmensamente a los productores cercanos, no estimulan la transformación de otras formas de intermediación pues en ocasiones contribuyen a la estigmatización de la función de intermediación -su proclamada eliminación- a partir de la adopción de nociones de justicia, solidaridad, confianza, circuitos cortos, entre otras, sin que se generen transformaciones estructurales en las etapas del proceso productivo. En ese sentido, es necesario recuperar las virtudes de las formas de intermediación planteadas por este tipo de experiencias, en la medida que logran incorporar a esta función el carácter solidario y colectivo que le ha sido despojado, además de la reivindicación de espacios físicos y simbólicos que suponen mayores grados de equidad, diálogo y participación entre quienes integran estas experiencias.

Si bien los casos seleccionados aportan a la transformación de la intermediación desde lo local, existen factores que disminuyen el impacto de esos esfuerzos. Entre ellos sobresale la ausencia de vínculos y participación en el diseño de políticas públicas que favorezcan circuitos de distribución solidarios ofrezcan garantías para los participantes y vuelquen los apoyos a la reactivación del campo que será un espacio importante de transformación dentro de la construcción de paz en el país. Otro factor que reduce su potencia es la desarticulación existente entre las diversas propuestas a nivel local, regional y nacional. En ese sentido, el fortalecimiento de espacios de diálogo e intercambio resulta determinante para que, a pesar de las diversas posturas frente a la

intermediación, se avance hacia el reconocimiento de pequeños y medianos productores en escenarios más amplios de toma de decisiones, en los que se ponen en juego los cursos que toma el país en materia de fortalecer o debilitar los sistemas alimentarios locales y, en consecuencia, las formas en que participan productores, consumidores e intermediarios.

Los potenciales y alcances de los procesos analizados se ubican en el largo plazo pero sus motivaciones tienen carácter de inmediatez y se identifican cada vez más con espacios de resistencia, propositivos y transformadores. En medio de sus desarticulaciones e imperfecciones, estas iniciativas y el universo de procesos complementarios que las potencian pueden sentar las bases para desplegar acciones solidarias y transformadoras pues pensar en la autonomía y la autogestión de los procesos productivos es un acto radical en el que se evidencian esfuerzos por superar prejuicios, hermetismos y generar diálogos que articulen diferentes iniciativas. Lo anterior implica no perder de vista las conquistas en torno a la democratización y reivindicación de los sistemas alimentarios locales, lo que incluye las relaciones de intercambio y el tipo de mercados que se generan.

Finalmente, vale la pena mencionar la necesidad de reconocer en la diversidad de estrategias presentes en el contexto colombiano una oportunidad para continuar buscando y fortaleciendo alternativas de manera democrática, participativa y dialógica de tal manera que para cada situación y contexto puedan darse respuestas muy distintas a la misma pregunta y a partir de allí *“podremos intentar encontrar algunas generalizaciones en base a toda esa diversidad, pero no podemos imponer recetas generales a priori”* (Coraggio, 2003:15).

7. Bibliografía

- Altieri, Miguel y Toledo, Víctor (2010). La revolución agroecológica de América Latina: Rescatar la naturaleza, asegurar la soberanía alimentaria y empoderar al campesino. *El Otro Derecho* (42), 163-202.
- Boucher, François y Poméon, Thomas. (2012). “De la agroindustria rural a los sistemas agroalimentarios localizados”. *Diálogos. Instituto para el desarrollo rural de Suramérica*, (79), 1-5.

- Burch, David. y Lawrence, Geoffrey. (2009). "Towards a third food regime: behind the transformation". *Agriculture and Human Values*, 26(4), 267-279.
- Caracciolo, M. (2013). *Los mercados y la construcción de tramas de valor en la Economía Social y Solidaria*. Programa de Economía Solidaria. Buenos Aires.
- Chauveau, C. y Taipe, D. (2012). Circuitos alternativos de comercialización. Estrategias de la agricultura familiar y campesina. Inventario, impacto y propuesta. Quito, Ecuador: AVSF.
- Chaparro, A. (2014). *Sostenibilidad de la economía campesina en el proceso Mercado Campesino (Colombia)*. Bogotá, Colombia. Corporación Universitaria Minuto de Dios. Facultad de ingeniería.
- Coraggio, J. (2002). "La Economía Social como vía para otro desarrollo social". Documento de lanzamiento del debate sobre "Distintas propuestas de Economía Social" en Urbared, Red de Políticas Sociales.
- Coraggio, J. (2003). "El papel de la teoría en la promoción del desarrollo local". *Documento preparado para el Programa de Especialización de la Universidad Andina*, 1-24. Argentina
- Coraggio, J., Acosta, A., y Martínez, E. (2011). *Economía social y solidaria: El trabajo antes que el capital*. Quito: Abya-Yala.
- Crespo, B. y Sabin, F. (2014). "Los mercados sociales. La Economía Solidaria en acción transformadora". *Documentación Social*, 174, 95-116.
- Delgado, M. (2010). "Imperios alimentarios y degradación social y ecológica". *Revista de Economía Crítica*, 10, 32-61.
- Dinero Revista. (2016). "El fenómeno D1: La revolución de las tiendas de descuento". *Revista Dinero*. Colombia. Febrero 4 de 2016.
- Fajardo, D. (2014). *Las guerras de la agricultura colombiana 1980-2010*. Bogotá, Colombia. ILSA
- FAO. (2010). "Biodiversidad agrícola: utilizarla para que no se pierda". *Boletín digital FAO*. Artículo en línea disponible en <http://www.fao.org/news/story/es/item/46805/icode/>, 20 agosto 2017
- Fernández, F. (2012). "Alimentando el debate en torno al comercio y la soberanía alimentaria". *Revista Soberanía Alimentaria, Biodiversidad y Cultura*,(8), 10.

- Gallar, D. (2013). "Sistemas agroalimentarios sustentables: consumo relocalizado". *Instituto de sociología y Estudio Campesino (ISEC). Universidad de Córdoba.*
- García, R. (2009). Tianguis alternativos locales en México, como puntos de encuentro micropolítico: en la búsqueda de posibilidades de vida en el presente. Tesis doctoral: Universidad Autónoma de Puebla. México
- Goffman, E. (1998). Estigma: la identidad deteriorada. Buenos Aires: Amorrortu
- Gracia, M. (2015). *Trabajo, reciprocidad y re-producción de la vida. Experiencias colectivas de autogestión y economía solidaria en América Latina.* México Miño y Dávila.
- Harvey, D. (2004). *El nuevo imperialismo.* Madrid, España. Akal.
- Holt-Giménez, E. (2013). "¡Movimientos alimentarios uníos! Estrategias para transformar nuestros sistemas alimentarios". Holt-Giménez. Editor, *¡Movimientos alimentarios uníos! Estrategias para transformar nuestros sistemas alimentarios (31-38).* Bogotá: ILSA-Food First
- Kautsky, K. (1988). *The Agrarian Question.* London: Zwan Publications.
- Kay, S. (2016). *Vinculación de los productores a pequeña escala con los mercados.* CSA y MSC .
- Laclau, E., y Mouffe, C. (1987). *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia.* Madrid. España. Siglo XXI.
- Long, N. (2007). *Sociología del desarrollo: Una perspectiva centrada en el actor.* México. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social - El Colegio de San Luis.
- López, D. (2012). "Canales cortos de comercialización, un elemento dinamizador". *Revista Soberanía Alimentaria, Biodiversidad y Culturas, (8), 10-13.*
- Movimiento Agroecológico de América Latina y Caribe. (2012). "Mercados locales agroecológicos: Claves ante la crisis". *Hoja a Hoja. Boletín Digital Mensual Del MAELA, 10(2).*
- Mance, E. (2008). *La revolución de las redes: la colaboración solidaria como una alternativa pos-capitalista a la globalización actual.* México. ECOSOL, FONDESO, UACM, Delegación Azcapotzalco. Editorial Itaca

- Max-Neef, M. (1998). *Desarrollo a escala humana. Conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones*. Barcelona. España. Icaria
- McMichael, P. (2015). *Regímenes alimentarios y cuestiones agrarias*. Universidad Autónoma de Zacatecas. México
- Nicholson, P. (2013). "Soberanía alimentaria: Alianzas y transformaciones", en Holt-Giménez. Editor, *¡Movimientos alimentarios uníos! Estrategias para transformar nuestros sistemas alimentarios* (40-48). Bogotá: ILSA-Food First
- Nyeleni (2007). Declaración de Nyéléni. 2007. *Foro Mundial de la Soberanía Alimentaria*. Artículo en línea disponible en <http://www.nyeleni.org/?lang=en> .
- Nyeleni (2016). "Reforma Agraria y Soberanía Alimentaria". *Boletín No 26*. Artículo en línea disponible en <https://nyeleni.org/spip.php?article576> 20 agosto 2017
- Ordoñez, F. (2011). *Abriendo surcos, cosechando semillas. Alternativas al sistema agroalimentario actual desde la agroecología y la soberanía alimentaria. Experiencia de la Fundación San Isidro de Duitama*. Bogotá. Colombia. ILSA
- Ordóñez, F; Montoya, G.; Mondragón, H.; Vásquez, C.; Pérez, M.; Moreno, S.; y CICC (2014). *Economía campesina, soberanía y seguridad alimentaria en Bogotá y la región central del país*. Bogotá, Colombia. ILSA.
- Parrado, A y Molina, J. (2014). *Mercados Campesinos. Modelo de acceso a mercados y seguridad alimentaria en la región central de Colombia*. Bogotá, Colombia. Facultad de Ciencias Agrarias, Universidad Nacional de Colombia, OXFAM, ILSA, CICC, ALCAMPO, Unión Europea. Bogotá.
- Pereira, F. (2014). "La experiencia del proyecto 'Mercados Campesinos' en el apoyo a la economía campesina y el consumo urbano". Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, Argentina.
- Reina, M. (2013) *Logística de distribución de productos perecederos de economía campesina. Casos Fuente de Oro, Meta y Viotá, Cundinamarca*. Tesis de Maestría. Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Agronomía. Bogotá. Colombia
- Reyes, M. (2010) "Corabastos: república independiente". *Centro de Estudios en Periodismo. Facultad de Artes y Humanidades. Universidad de los Andes, Bogotá*. Artículo en línea disponible en:

<https://ceper.uniandes.edu.co/estudiantes/trabajosestudiantes/29-corabastos-republica-independiente.html>, 20 agosto 2017

- Rodríguez, F. (2010). "Regímenes, sistema y crisis agroalimentaria". *El Otro Derecho*, (42). 45-74.
- Roldán, H. y Gracia, M (2015). "Espacios de intercambio local de productos orgánicos en México. Panorama, tensiones y procesos de aprendizaje", en Gracia, M. (coordinadora). *Trabajo, reciprocidad y re-producción de la vida. Experiencias colectivas de autogestión y economía solidaria en América Latina*. (285-314). México Mino y Dávila.
- Rosset, P. (2007) "Mirando hacia el futuro: La Reforma Agraria y la Soberanía Alimentaria". La cuestión agraria: de los ilustrados a la globalización. *AREAS. Revista Internacional de Ciencias Sociales* (26). 167-182.
- Rosset, P. (2013). "Mercados Campesinos en Colombia". *Boletín Nyeleni* (13). Artículo en línea disponible en https://nyeleni.org/DOWNLOADS/newsletters/Nyeleni_Newsletter_Num_13_ES.pdf, 12 agosto 2017
- Rosset, P. (2016). "La reforma agraria, la tierra y el territorio: evolución del pensamiento de La Vía Campesina". *Mundo Agrario*, 17(35).
- Santana, M. (2011). "Recrear el dinero en una economía solidaria". *Polis, Revista Latinoamericana*, 10 (29). 261-280.
- Scott, J., y Sanchis, M. (1997). "Formas cotidianas de rebelión campesina". *Historia Social*, (28), 13-39.
- Segrelles, J. (2010). "La distribución agroalimentaria y su influencia en la pobreza campesina". *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 16 (32).
- Semana (2012). "Así es la Colombia rural" *Revista Semana*. Artículo en línea disponible en <http://especiales.semana.com/especiales/pilares-tierra/asi-es-la-colombia-rural.html>
- Sevilla, E., Soler, M., Gallar, D., Vara, I., y Calle, Á. (2012). *Canales cortos de comercialización alimentaria en Andalucía*. Ed: Fundación Pública Andaluza.

- Soler, M. y Calle, Á. (2010). "Rearticulando desde la alimentación: canales cortos de comercialización en Andalucía". *Patrimonio Cultural en na Nueva Ruralidad Andaluza, PH Cuadernos*. 259-283.
- Tamayo, C. (2014). *Sistemas de producción y agriculturas campesinas*. En Trabajo familiar y organización campesina. Editores: Hidalgo. F., Ramos. M. y Quishpe, V. SIPAE. Quito.
- Tarditti, M. (2012). *Redes alimentarias alternativas y soberanía alimentaria. Posibilidades para la transformación del sistema agroalimentario dominante*. Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona. España.
- Yin, R. (1994). Investigación sobre Estudios de Casos. Diseño y Métodos. *Applied Social Research Methods Series*, 5, 1–35.

Anexo 5. Artículo sometido Revista Cuadernos del Desarrollo Rural – Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia.

Los mercados locales alternativos en México y Colombia: resistencias y transformaciones en torno a procesos de certificación

Resumen

Una de las principales dificultades que tienen pequeños y medianos productores en Colombia y México es el acceso a mercados favorables. Atendiendo a esta problemática distintos actores han generado estrategias de comercialización para recuperar espacios físicos y simbólicos que expresan demandas y reivindicaciones asociadas a la producción, distribución y consumo de alimentos locales. A partir de técnicas de investigación cualitativa estudiamos mecanismos utilizados por cuatro mercados locales alternativos de estos dos países para diferenciar su producción así como los sujetos involucrados; los resultados muestran las virtudes, tensiones y retos que suscitan los procesos de certificación.

Palabras clave: Certificación, mercados locales, confianza, sistema agroalimentario

1. Introducción

Los mercados locales alternativos (Goodman D, Goodman M, Du Puis, 2011) surgidos en las últimas dos décadas en ciudades latinoamericanas se caracterizan por la posibilidad de consolidar espacios de intercambio favorables para productores, transformadores, intermediarios y consumidores. Se les denomina locales por los vínculos sociales, políticos y económicos que crean en los territorios en los que se ubican y por la cercanía que tienen con quienes los abastecen pues, de acuerdo a lo

expresado por miembros de estos mercados, la mayoría de los productores que participan recorren entre 20 y 250 kilómetros; la nominación *alternativos* refiere al tipo de relaciones, objetivos y transformaciones que plantean estos espacios atendiendo a los contextos donde se ubican (Barriga, 2016; Maela, 2012; Kay, 2016).

Estos mercados cuestionan las lógicas del sistema agroalimentario convencional globalizado y recuperan espacios locales (Delgado, 2010). Dicha recuperación reconecta la producción y el consumo -incluso reconstruyendo el papel de la intermediación-, redefine los valores que motivan la participación y redistribuye excedentes abonando al fortalecimiento de economías locales (Rosset, 2007).

En estos espacios se expresan demandas, reivindicaciones y disputas más amplias que convergen en discursos y formas de incidencia política a nivel local en torno al campesinado y al sistema agroalimentario hegemónico -y su propuesta de alimentación; dichas expresiones retoman nociones de justicia, solidaridad, confianza, respeto y reciprocidad, las cuales se definen a partir de su integración en las relaciones sociales, estimulando el reconocimiento de la otra persona como parte esencial de la transformación de la política, la economía y la sociedad (Coraggio, 2004).

A partir de información recabada en cuatro mercados locales de México y Colombia nos enfocamos en aquellos procesos de certificación (PdC) cuyos mecanismos inciden en las prácticas productivas -al promover la eliminación de insumos tóxicos para la salud y el medio ambiente- y transforman las prácticas organizativas, de distribución y de consumo con el objetivo de analizar los mecanismos diseñados para su implementación, así como los efectos y posturas que generan en las prácticas de producción, distribución y consumo que dinamizan sus participantes.

Mientras que los PdC promovidos por agencias privilegian canales de comercialización convencionales -incluyendo la exportación de productos orgánicos- los PdC implementados en los mercados analizados promueven los intercambios directos (Sevilla, 2012), la transición hacia prácticas agroecológicas (Calle, Vara y Cuellar, 2013), el intercambio de saberes y la incorporación de valores y principios de confianza, respeto y solidaridad en las etapas del proceso productivo -apropiación, producción, distribución y consumo (Toledo 1992).

Aun dentro de los mercados locales alternativos entendemos que los PdC generan posturas diversas a raíz de sus antecedentes, actores que los promueven, consecuencias y beneficios que traen y, sobre todo, por la lógica a partir de la cual se implementan (Carlisle, 2015). Si bien este tipo de procesos permiten consolidar espacios y redes diferenciadas para la producción y comercialización de algunos productos -entre los que sobresalen variedades de hortalizas, frutas, café y miel-, en ocasiones esta diferenciación no alcanza a favorecer a los pequeños y medianos productores -actores clave en los discursos que motivan estas experiencias. Lo anterior puede alejar a los mercados locales de su meta de acercar al productor con el consumidor y -terminar generando “*espacios de refugio para minorías*” (Calle, Soler y Rivera, 2011), tanto del lado de la producción como del consumo, como se observa en distintos nichos de mercado.

De allí que en el análisis sea necesario identificar y diferenciar la *producción y circulación de productos alternativos* de la *producción y circulación alternativa de productos*; mientras la primera se basa en la satisfacción de necesidades sin cuestionar las lógicas que las definen, la segunda apunta a transformaciones más amplias de carácter social, económico, político, cultural y ambiental.

Ubicamos las experiencias analizadas dentro de la segunda categoría, en la medida que su emergencia y consolidación parte de una fuerte crítica a los sistemas agroalimentarios convencionales y a la necesidad de incorporar principios de justicia, solidaridad y respeto dentro de cada una de las etapas del proceso productivo. En ese sentido, los mecanismos de certificación diseñados por este tipo de mercados se han convertido en una oportunidad para reconstruir el vínculo entre la producción y consumo, así como para la reconfiguración de las relaciones sociales basadas en la confianza, generando escenarios favorables - aun sin estar libres de tensiones y contradicciones- para pequeños y medianos productores en términos sociales, políticos y económicos.

Este artículo se divide en dos partes, en la primera se presenta la perspectiva analítica y metodológica y se contextualiza y caracteriza a los mercados analizados. En la segunda, se discuten los resultados más relevantes enfocados en la forma en que se abordan los PdC a fin de contrastar las posturas que estos mecanismos inauguran y refuerzan a partir de la experiencia de los sujetos que participaron de la investigación.

2. Perspectiva analítica

La consolidación de espacios alternativos para la comercialización, distribución y consumo de alimentos constituye un referente para la transformación de los sistemas agroalimentarios en la medida que dichos espacios expresan demandas y visibilizan las luchas y reivindicaciones de sus participantes (Kay, 2016, Crespo y Sabin, 2014). Un sistema agroalimentario se define como “el conjunto de las actividades que concurren a la formación y a la distribución de los productos alimentarios y, en consecuencia, al cumplimiento de la función de la alimentación humana en una sociedad determinada” (Malassis, 1973:12). Su estudio permite entender cómo se abastece de alimentos una

sociedad, las relaciones que se establecen entre los actores que intervienen en dicho proceso y las consecuencias sociales, políticas y económicas que se derivan de lo anterior (Tarditti, 2012).

Un elemento diferenciador de la forma en que se consolidan las relaciones dentro de los mercados alternativos locales tiene que ver con las lógicas y los cuestionamientos que plantean sus participantes frente al mercado capitalista pues “la principal diferencia entre los mercados locales y el sistema de mercado es que los primeros fomentan las relaciones sociales, mientras que el Mercado capitalista disuelve los lazos de dependencia entre los miembros de una comunidad y fomenta el individualismo” (Santana, 2008:129). Además de buscar la generación de excedentes para su sostenimiento, su objetivo es incorporar acciones solidarias, recíprocas y de redistribución mediadas por diversos actores y vínculos sociales.

Al mismo tiempo, su emergencia permite el fortalecimiento de redes de intercambio comercial, de saberes e información en diferentes niveles –local, regional, nacional, mundial– que posibilitan estrategias y fortalecen procesos complementarios para sus participantes, como las escuelas campesinas, finanzas solidarias, relevo y complementariedad generacional y de género, entre otros (Caballero, et. al., 2010). El estudio simultáneo de estas formas de organización social junto con las estrategias de producción, distribución y consumo permite visibilizar otras estructuras sociales de intercambio no regidas exclusivamente por los principios de la economía neoliberal (Gil, 2014), lo que en términos políticos “supone demostrar que las relaciones sociales establecidas por la economía de mercado son tan sólo una opción histórica para la construcción del orden y la sociabilidad humana, y que por tanto han existido y podrían existir formas alternativas de organización social” (Lahera, 1999:32).

Por esta razón, explorar las diferencias entre los mecanismos que integran los PdC en diversos espacios de comercialización e intercambio alternativos requiere conocer el tipo de prácticas productivas y organizativas, además de las relaciones de intercambio que se construyen y el tipo de mercados que se generan (Soler y Calle, 2010). También es necesario, visibilizar los procesos complementarios-organizativos, de financiación, producción, transformación, distribución y consumo- que llevan a cabo y dan lugar a transformaciones estructurales que habilitan alternativas sociales, políticas, económicas, ambientales y/o culturales.

Sin embargo, las alternativas planteadas pueden ser integradas dentro de la producción convencional, como se observa en la inclusión de productos con certificados de producción orgánica -o de mercado justo- dentro de canales convencionales. Lo anterior se traduce en un aumento de la oferta de productos certificados que lejos de desafiar o cuestionar las estructuras convencionales a nivel productivo, organizativo o de comercialización (Tarditti, 2012), terminando siendo cooptadas y articuladas por discursos hegemónicos que desintegran la politicidad de este tipo de experiencias (Gracia, 2015).

Al respecto, la emergencia de espacios locales de comercialización sin vínculos territoriales puede ser interpretada como procesos de convencionalización “en los que los proyectos no sean sino la ampliación y recreación de nichos de mercado hacia consumidores ‘alternativos’” (Calle, Soler y Rivera, 2011:224) que basan sus estrategias en la diferenciación social, de salud y culto al cuerpo. Se refuerzan así mecanismos convencionales de *producción y comercialización de productos alternativos*, que se abastecen de procesos de agricultura de sustitución de insumos, uso de tecnologías y concentración de tierras y recursos (Rosset, 2007).

Ante este fenómeno, una virtud de este tipo de mercados es la recuperación del sentido político de lo local en la medida en que este carácter aporta elementos para la consolidación de procesos que no se agotan en la adjetivación de los productos y los espacios de comercialización, sino que plantean alternativas y estrategias de producción, circulación y consumo que permiten identificar las formas en las que confrontan los “*valores hegemónicos de la ética del mercado, poniendo en práctica valores alternativos*” (Caballero, et. al., 2010:33), siendo la confianza, la reciprocidad y la solidaridad valores presentes en las relaciones sociales que se dan en estos espacios.

En ese sentido, analizar estos espacios de manera situada, es decir “considerando que las mismas ocurren en contextos históricos y espaciales específicos y están protagonizadas por una constelación plural y diversa de grupos, sujetos, organizaciones y movimientos [...] que resisten colectivamente de manera más o menos consciente, más o menos defensiva los efectos devastadores de las distintas crisis” (Gracia, 2015:18), permite identificar la singularidad de cada experiencia frente a los procesos sociales, políticos y económicos que enfrentan.

Lo anterior supone que un mismo fenómeno puede ser muy diferente según la historicidad de los sujetos que lo dinamizan (Zemelman, 2006), dando lugar a modelos de organización social caracterizados por las interacciones, negociaciones y forcejeos sociales que tienen lugar entre varios tipos de actores, no solo de los actores presentes en ciertos encuentros cara a cara, sino también de los ausentes que influyen en la situación y afectan las acciones y los resultados (Long, 2007).

Considerando sus particularidades, la consolidación de cada experiencia puede ser interpretada como una conquista espacial y simbólica en la que las formas de poder

hegemónicas son confrontadas en diferentes contextos y dan lugar a demandas que se convierten en discursos políticos y formas de incidencia más contundentes, como puede ser su participación en la formulación de políticas públicas, leyes, reconocimiento político, entre otras (Lamine, Darolt y Brandenburg, 2012). Ejemplo de ello, son algunas de las estrategias que han implementado las experiencias analizadas a partir de su participación activa en la elaboración de políticas públicas, marcos legales y visibilización del campesinado en México y en Colombia (Roldán y Gracia, 2015; Parrado y Molina, 2014).

Los factores que inciden en la configuración de estos mercados son diversos y responden a las realidades micro y macro sociales que, sin necesidad de ser evidentes para sus participantes, determinan sus estrategias y la construcción de nuevas identidades sociales y políticas (Long, 2007). Los mercados locales se constituyen -o poseen la potencialidad de constituirse- en un mecanismo de reforzamiento y/o generación de la identidad campesina, no solo por los discursos reivindicativos que apelan a la soberanía y autonomía alimentaria, justicia social y ambiental, alimentos libres de tóxicos sino también porque al generar procesos, posturas y sentidos distintos, expresan las raíces campesinas de sus protagonistas (León, Valdez y Vázquez, 2003). A partir de las luchas y reivindicaciones planteadas desde los mercados, las prácticas que dinamizan sus participantes comienzan a fortalecer diversas formas de hacer y pensar la economía, de consolidar economías que vayan más allá de lo estrictamente económico al dotar de otro sentido a las acciones cotidianas individuales" (Coraggio, 2004), otorgando sentidos identitarios y significados diversos a los espacios físicos y simbólicos que giran en torno a la alimentación como ejercicio colectivo. Por lo tanto, no

se trata solamente de tomar conciencia del espacio, sino de tomar conciencia de la posibilidad de construir sentido desde ese espacio (Zemelman, 2006).

Adicionalmente, el tipo de vínculos y formas de participación en redes y procesos complementarios afianza relaciones sociales en las que los participantes tienen la capacidad de decidir y de auto-organizarse, contribuyendo con procesos que se estimulan de abajo hacia arriba a partir de intereses y necesidades locales que logran trascender a escalas más amplias (Beckie, Kennedy y Wittman, 2012). Dicho escalamiento se logra cuando “las acciones de múltiples agentes en interacción dinámica y siguiendo reglas locales en lugar de órdenes de arriba-abajo generan algún tipo de macro-comportamiento o estructura visible” (Escobar, 2010:302), lo cual permite que los procesos se transformen y amplíen respetando sus particularidades.

Las relaciones, articulaciones y vínculos que identificamos en los mercados se ponen en juego en los PdC que sirven para ejemplificar la incidencia de los factores externos en la construcción de un territorio, el sentido que le otorgan sus participantes y las escalas más amplias que involucran, ya sea de manera activa o como formas de adaptación frente a los procesos y tendencias que los interpelan.

3. Metodología y mercados seleccionados

3.1. Aspectos metodológicos

Al tratarse del estudio de un fenómeno contemporáneo, así como por el tipo de indicadores y unidades de análisis que se definieron (tabla 1), el diseño seleccionado fue el estudio de caso, que requiere la integración entre los datos empíricos, las fuentes de información secundaria (informes, censos, entrevistas) y los postulados teóricos que se integran en las diferentes etapas de la investigación (Yin, 1994). Teniendo en cuenta que se trata de procesos que se consolidan en las mismas o similares circunstancias

estructurales -pero que desarrollan formas sociales diferentes- fue necesario incluir en el diseño y análisis estrategias que permitieran comprender la forma en que se “producen, reproducen, consolidan y transforman tales diferencias e identificar los procesos sociales involucrados, y no solo los resultados estructurales” (Long, 2007:108).

Las unidades de análisis que delimitan cada uno de los casos se definieron a partir de la participación de los sujetos dentro de los mercados locales seleccionados, así como los vínculos y/o procesos complementarios que generan con redes y procesos externos que dan cuenta de articulaciones más amplias. Como categorías de análisis definimos las prácticas organizativas, productivas y de comercialización e intercambio, además de los apoyos y alianzas que articulan los mercados seleccionados. Estas categorías están integradas por indicadores que exploran algunas de las relaciones, estrategias, sentidos y dinámicas en diferentes niveles, tanto a nivel del mercado, en las relaciones con actores externos y de manera individual en las prácticas y decisiones que se toman dentro de la unidad de producción.

Tabla 1 Caso: mercados locales en México y Colombia		
Unidades de análisis	Categorías de análisis	Indicadores
Participación de sujetos sociales en mercados locales Redes, vínculos o procesos complementarios	Prácticas organizativas	-Tipo de organización -Fortalecimiento/ estructura organizativa -Formas de participación
	Prácticas productivas	-Tipo de producción/ productor -Diversificación y transformación de productos -Vínculos con la comercialización - Procesos en los que participa
	Prácticas de comercialización e intercambio	-Tipo de intermediación -Espacios de comercialización complementarios -Mecanismos de fijación de precios
	Apoyos y alianzas	-Formas de apoyo y participación

		-Tipo de proyectos y programas -Tipos y duración de los apoyos
Fuente: Elaboración propia.		

Durante las etapas de la investigación se privilegió el uso de herramientas y estrategias cualitativas y, en menor medida, información cuantitativa para comprender los contextos más amplios en los que se ubican los mercados y las redes en las que participan (tabla 2). Para la recolección de la información se diseñaron entrevistas semiestructuradas, diálogos informales y guías de observación; para la sistematización y análisis de la información se utilizó el programa de análisis cualitativo Atlas.Ti.7.5. el cual permitió contrastar información e integrar categorías emergentes a partir de las relaciones existente entre códigos no contempladas en el diseño metodológico.

Tabla 2. Ubicación y redes más amplias en los que participan los mercados			
País	Mercado Local	Ubicación	Red o vínculo
México	Mercado de productos naturales Macuilli Teotzin	San Luis Potosí, San Luis Potosí	Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos
	Tianguis Alternativo de Puebla	Puebla, Puebla	
Colombia	Mercados Campesinos	Bogotá	Mercados Campesinos
	Agrosolidaria- Engativá	Bogotá	Agrosolidaria
Fuente: Elaboración propia			

En cada una de las etapas se utilizaron fuentes de información secundarias, entre las que sobresalen los censos y encuestas agrícolas presentadas por instituciones oficiales de cada país, los marcos legales que abordan temas relacionados con los PdC, así como investigaciones académicas, informes y reportes de diversas organizaciones (Cuellar, 2010; Zamilpa, 2014; Giraldo y Rosset, 2016).

La información se recabó entre abril y agosto de 2016 en Colombia, y entre marzo y julio de 2017 en México, luego de haber realizado salidas exploratorias en las que se identificaron las experiencias que integran esta investigación. Estas salidas permitieron identificar los roles de quienes participan de estos mercados: productores, consumidores, intermediarios, promotores, organizaciones de apoyo-actores externos, a partir de los cuales se diseñaron las herramientas metodológicas.

Este diseño metodológico permitió evidenciar elementos comunes expresados de maneras diversas por los participantes, teniendo en cuenta que los mercados analizados son singulares no solo por la especificidad de su contexto, sino también por el tipo de actores que se involucran en los diferentes procesos que vienen dinamizando.

3.2. Contexto de los mercados seleccionados

Lo mercados analizados en este trabajo se caracterizan por plantear alternativas a problemáticas que enfrentan pequeños y medianos productores. Dentro de sus planteamientos uno de los temas centrales es la incorporación de mecanismos para certificar los procesos de producción de manera tal que garanticen la calidad de los productos y permitan su diferenciación frente al mercado. Las distintas posturas que estos procesos han ido generando en los participantes varían de acuerdo a sus trayectorias, contextos y tipo de personas involucradas en cada uno de ellos.

Los mercados analizados en México, el Mercado de Productos Naturales Macuilli Teotzin ubicado en la ciudad de San Luis Potosí (centro del país) y el Tianguis Alternativo de Puebla (la palabra tianguis viene del náhuatl tianquiztli que quiere decir mercado), ubicado en la capital del estado de Puebla (centro oriente) contaron entre 2004 y 2013 con la participación de la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos desde donde se realizaron los primeros esfuerzos por consolidar espacios de

comercialización de productos orgánicos abastecidos por pequeños y medianos productores. Al mismo tiempo fue desde esta red que se comenzaron a implementar PdC participativa en cada uno de los mercados que la integraban.

Los avances en estos procesos fueron retomados por instancias oficiales, con el ánimo de integrar este tipo de certificaciones dentro del marco legal –ley de producción orgánica de 2006 y lineamientos a la ley de producción orgánica de 2013-, lo que puede interpretarse en el contexto del crecimiento de la agricultura orgánica en el país y la participación de pequeños y medianos productores (Gómez, et. al., 2010). Sin embargo, a partir de la entrada en vigor de dicho marco normativo en 2013, la mayoría de los más de 35 mercados que integraban la red adoptaron posturas diversas que dieron lugar a su distanciamiento respecto a la normativa y a los PdC promovidos por la red, los cuales se traducían en la pérdida de autonomía y capacidad de diseñar mecanismos de acuerdo a las particularidades de cada mercado (Roldán, et. al., 2014).

A partir del trabajo que realizó la red y del interés de algunos productores y promotores por afianzar los PdC de acuerdo a lo estipulado en el marco legal, el Macuilli Teotzin se convirtió en el primer mercado en todo el país con la facultad de otorgar certificados de producción orgánica a través de PdC participativa, reconocimiento que lograron en marzo de 2018.

Por otro lado, el Alternativo de Puebla ha diseñado uno de los PdC más reconocidos a nivel nacional sin que dentro de sus prioridades esté la validación por parte de las instancias oficiales -sin embargo, la posibilidad de validar su PdC ante las instituciones oficiales es un tema que se discute entre sus participantes. Hace más diez años, el Alternativo de Puebla viene consolidado un comité de certificación integrado por los participantes del mercado, quienes con el paso del tiempo y de manera autónoma, han

perfeccionado sus propios indicadores, lineamientos y recomendaciones para la producción. Al mismo tiempo han diseñado estrategias para acercarse a los consumidores por medio de talleres, charlas y espacios de diálogo.

Por otro lado, el primer caso que abordamos en Colombia, denominado por sus participantes como Mercados Campesinos, ha sido una de las experiencias más exitosas de organización campesina conformada por nueve organizaciones campesinas de la región central del país -Cundinamarca, Boyacá, Tolima y Meta (Parrado y Molina, 2014). El proceso comenzó a gestarse en 2003, dentro de sus logros está la visibilización de la importancia de la economía campesina para la capital del país, permitiendo el establecimiento de mercados con cierta regularidad en ocho parques de la ciudad.

Este proceso se transformó en 2016, a raíz del cambio de autoridades locales en la capital y la posterior terminación de los acuerdos y permisos. Pese a ello, las organizaciones campesinas continúan fortaleciendo procesos organizativos, productivos y de comercialización en las regiones en donde se ubican los productores. Al mismo tiempo diseñaron estrategias complementarias que han permitido en algunos casos dar continuidad al trabajo que venían desarrollando (mercados locales en zonas rurales, escuelas campesinas, encuentros regionales entre productores).

El segundo caso, la Confederación AgroSolidaria es un modelo de organización socioeconómica que desde 1994 integra familias agricultoras y prosumidoras -término que incluye simultáneamente prácticas de consumo y producción- urbanas y rurales, que se viene fortaleciendo a partir de procesos organizativos locales en diferentes regiones. Con sede en el departamento de Boyacá (centro-oriente del país), para 2014 AgroSolidaria tenía presencia en más de 18 departamentos del país y más de 32 mil

familias asociadas. Esta iniciativa integra dentro de sus intereses y objetivos diversos procesos complementarios, entre los que sobresalen las finanzas solidarias, los grupos asociativos de producción, distribución, transformación y consumo de alimentos.

La propuesta metodológica y de organización de AgroSolidaria se basa en proceso colectivos caracterizados por la autonomía, la descentralización, la interdependencia, la equidad y la complementariedad, el relevo generacional y la gestión asociada. Estos pilares se configuran a partir de una estructura organizacional horizontal que comienza con las unidades socioeconómicas familiares conformadas por grupos asociativos en torno a financiación, producción, transformación, distribución y consumo, los cuales a su vez conforman las seccionales que se agrupan a nivel regional en federaciones y a nivel nacional en una confederación.

En síntesis, a diferencia de México, en Colombia no identificamos un actor que articule experiencias en torno a los PdC a nivel nacional. Sin embargo, las redes a las que se integran los mercados seleccionados en los dos países han priorizado la sustitución de insumos tóxicos, la transición agroecológica, el intercambio de saberes y la búsqueda de canales de comercialización alternativos para mejorar las condiciones de acceso y el tipo de vínculos con los productores.

En la tabla 3 incluimos distintos elementos que caracterizan a estos mercados, entre los que destacamos el número y el tipo de participantes; un elemento común que tienen estos espacios de comercialización, es la presencia mayoritaria de productores que ofrecen productos transformados (salsas, conservas, panes, jabones, entre otros) y alimentos preparados, en contraste con los productores agrícolas que venden, principalmente, variedades de hortalizas y frutas de temporada. Otro aspecto importante tiene que ver con los canales de comercialización complementarios que

pueden ser generados por el mismo mercado o de manera individual y que se consolidan a raíz de la frecuencia de los encuentros y la necesidad de vender la producción, recurriendo en ocasiones a los canales convencionales o incluso a intermediarios acaparadores.

4. Resultados

Frente a una problemática en común -el acceso a mercados favorables- los mercados locales alternativos analizados han implementado distintas estrategias y mecanismos de participación en torno a los PdC lo cual incide en el tipo de relaciones que reproducen y, por tanto, en el tipo de mercado que recrean.

Uno de los objetivos principales de los PdC es garantizar la calidad de los productos, objetivo que se refuerza mediante las relaciones de confianza y de cercanía construidas entre productores y consumidores. Estos mercados expresan aspectos culturales, étnicos e identitarios de sus protagonistas que se aprecian en sus formas de relacionarse y en el tipo de información, preocupaciones y alegrías compartidas entre los participantes, lo cual muestra que lo económico es tan solo una de sus virtudes. Para muchos de los protagonistas de estas experiencias, los vínculos que mantienen son los que dotan de sentidos a estos espacios,

Es necesario mantener y recuperar esa relación fraterna, esa armonía, entre el que compra y el que produce los alimentos, porque si se rompió esa relación, nos aislaron y todo se convierte en capital (Líder campesina, Mercados Campesinos, Colombia, julio 2016)

En ese sentido, los PdC que implementan estos mercados pueden ser interpretados como una estrategia que refleja los sentidos, identidades y motivos presentes en cada contexto, así como las formas en que se relacionan sus participantes, permitiendo

afianzar vínculos y proyectos en común. De allí que, además de garantizar la calidad de los productos, este tipo de PdC implementan mecanismos que buscan reconocer -antes que validar- el esfuerzo, la dedicación, el tiempo y la pasión con la que se produce (tabla 4) recuperando el valor de la palabra y del diálogo a partir de la construcción de relaciones de confianza entre quienes participan de estos mercados.

Tabla 4. Mecanismos de certificación implementados por los mercados analizados				
	México		Colombia	
	Macuilli Teotzin	Alternativo de Puebla	AgroSolidaria - Engativá	 Mercados Campesino
Certificación participativa	Tomando como referencia la ley de producción orgánica de 2006	Diseñada colectivamente a partir de las características de los participantes	Existen esfuerzos incipientes para la formalización de este tipo de procesos. Se concibe como un elemento importante	
Sellos y etiquetas	Etiquetas de producción orgánica avaladas por instancias oficiales	Los productores diseñan etiquetas en las que resaltan las características de sus productos, (origen, tipo de insumos y propiedades)		
Categorías	Remiten a la etapa en la que se ubica cada productor: Orgánico, agroecológico, en transición, convencional. Generalmente existe un distintivo en el espacio de cada productor			
Vinculados a mercados similares	Es común que productores que han implementado PdC en mercados similares puedan participar en estos y viceversa			
Confianza	Es un componente principal para realizar intercambios ya que no todos los consumidores se guían por la etiquetas			
Prácticas agroecológicas/ escuelas campesinas	Existen procesos complementarios que permiten el intercambio de saberes, sin embargo no es un eje central		Las formas organizativas en las que participan, desarrollan procesos que promueven espacios de aprendizaje y transición agroecológica entre productores	

Otras formas de evidenciamiento	Visitas a las unidades de producción (días de campo, visitas programadas) Videos, fotos, relatos Talleres Charlas que abordan temas vinculados con cada proceso
Fuente: Elaboración propia	

El caso del Macuilli Teotzin se diferencia por el tipo de relación que ha entablado con instituciones oficiales y por los efectos que eso puede tener en el largo plazo frente a la participación de nuevos productores y consumidores. Para algunos de sus participantes este tipo de vínculos representa un logro y una oportunidad de acceder a otro tipo de mercados, mientras que para otros se trata de la implementación de mecanismos de control que no favorecen a pequeños y medianos productores pues generan desconfianza frente a quienes no logran obtener la certificación. Además, se trata de PdC diseñados para certificar hortalizas, frutales, café y miel, dejando de lado la amplia oferta de productos transformados que exige otro tipo de mecanismos de certificación, lo que da lugar a desigualdades entre los participantes.

Entre otros mecanismos de certificación diseñados por los mercados estudiados sobresalen los sellos, etiquetas y categorías a través de los cuales se resaltan las características de los productos y los productores, mecanismos que también sirven para motivar diálogos y relaciones entre los participantes en torno a las propiedades de los alimentos, recetas y usos. También, es usual que se realicen charlas, talleres, degustaciones y visitas a las unidades de producción que buscan dar a conocer los procesos de producción implementados por los participantes.

Dentro de estos mecanismos identificamos que el principio de confianza es un pilar esencial de las relaciones sociales que allí se dan. En el caso del Alternativo de Puebla,

se han diseñado PdC basados en otras formas de “evidenciamiento” -como lo conceptualizan los propios actores:

Nuestro objetivo fue trabajar con un sistema de evidenciamiento que no iba a ser la certificación, sino que íbamos a buscar nuestras propias maneras de evidenciar que somos orgánicos, buscar una comunicación directa con los consumidores, dentro del mercado o fuera de él, haciendo visitas y conociendo al productor, lo orgánico está muy basado en la confianza y más en este tipo de mercados (Productor, Alternativo de Puebla, México, mayo 2016).

En esta sintonía los mercados ubicados en Colombia han recuperado como eje de su propuesta, el precepto constitucional de la buena fe -manifestado en el artículo 83 Constitucional- el cual es integrado a partir de la reivindicación de la voz del campesinado:

Si el campesino me dice que produce limpio es porque está produciendo limpio, es decir, recuperar el valor de la palabra y en Colombia es un precepto constitucional el de la buena fe (Líder campesino, Mercados Campesinos, Colombia, mayo 2016)

La confianza y credibilidad sobre las que se basan y, al mismo tiempo, que estimulan estos PdC se agregan elementos que politizan las prácticas, discursos y relaciones entre los participantes de los mercados. Por lo tanto, lo expresado por un líder y productor campesino en Colombia cobra importancia frente al objetivo que deben tener este tipo de mercados, más allá de la posibilidad de certificar o no los productos, sino que habiliten la reivindicación del campesinado en contextos donde sus prácticas y saberes han sido negadas e invisibilizadas.

Lo que buscamos es rescatar esos saberes pero con un análisis político muy profundo, que cuestiona la dependencia que se va generando de paquetes [tecnológicos], semillas, mercados donde los que perdemos somos los campesinos. (Líder y productor, Mercados Campesinos, Colombia, junio 2016)

Ya sea a través de la implementación de PdC diseñados a partir del marco legal vigente, de estrategias propias de cada mercado, o bien a partir de la reivindicación de relaciones basadas en la confianza, el objetivo de estos espacios gira entorno a la transformación y recuperación de los procesos productivos. Por lo tanto, con sus retos y contradicciones, estos mecanismos estimulan procesos acordes a los contextos en los que se ubican y a las necesidades de sus participantes, lo que a su vez les permite tomar distancia de recetas y normas preestablecidas por “expertos” que desconocen las realidades de los contextos en los que se ubican.

Se desarrollaron procesos para que cumplieran unos requisitos mínimos para estar dentro del proceso, paso a paso se fue logrando una cierta cualificación, pero también había una discusión, no podemos convertir al campesino o a la campesina, si ellos vienen con sus uñas llenas de tierra es porque trabajan la tierra, no podemos exigirles que estén impecables y que empiecen a producir de cierta manera, porque o sino los estaríamos obligando a ser lo que no son (Líder, Mercados Campesinos, Bogotá, junio 2017)

Las estrategias de estas experiencias han apuntado a la transmisión de conocimientos, el diálogo de saberes entre productores y las escuelas campesinas, generando procesos de transición más eficientes que la implementación de manuales y reglamentos que no incorporan los contextos en los que se ubica el campesinado. En este sentido, los mercados analizados coinciden en su crítica al sistema agroalimentario

dominante y plantean transformaciones desde espacios locales que reafirman su carácter alternativo. Asimismo, estimulan y afianzan las relaciones sociales, la relación campo-ciudad, la soberanía alimentaria, la recuperación de prácticas de cuidado de semillas e historias que permiten la reivindicación del campo y del campesinado.

La gente aprendió a valorar, a respetar el espacio de Mercados Campesinos, darse cuenta que son una fuente de identidad, de intercambio cultural, de valorar y sensibilizar, como un espacio muy enriquecedor para todos, tanto para la ciudad, como para los productores y los consumidores (Lideresa, Mercados Campesinos, Colombia, mayo 2016).

De esta manera, los efectos de los PdC en los mercados locales alternativos no sólo rebasan las generación de condiciones favorables y diferenciadas para el intercambio de la producción, sino que permiten articular las etapas del proceso productivo y conectar a sus distintos actores, contribuyendo con la configuración de redes y espacios de diálogo, dentro y fuera del mercado.

5. Discusión

En sus semejanzas y diferencias, las experiencias estudiadas muestran cómo se disputan los sentidos de las etapas del proceso productivo frente al mercado, al cual “*se lo resignifica como espacio social, de encuentro y de lucha, confrontando la lógica hegemónica del mercado tradicional*” (Caballero, et. al., 2010:39) a partir del diseño de estrategias innovadoras para resolver problemáticas y necesidades. Al mismo tiempo, en estos espacios se logran fortalecer procesos organizativos que rechazan las estructuras homogeneizantes impuestas por los sistemas alimentarios (Schwentesi, et. al., 2013; Rossi y Brunori, 2010), reflejadas, entre otras cosas, en la concentración

del consumo en solo 19 cultivos y ocho especies ganaderas (Montagut y Diogliotti, 2006).

La politización de las prácticas de producción, consumo y comercialización instituyen intercambios basados en lazos sociales de confianza, cercanía, solidaridad y cooperación, dinamizando estrategias alternativas apropiadas a cada contexto mediante diálogos que fortalecen cada experiencia (Sevilla, 2012).

Los intercambios cara a cara funcionan como una de sus principales características de los mercados alternativos pues, ante la ausencia de sellos y etiquetas oficiales, el diálogo y la confianza son los principales referentes para el consumidor (Santana, 2008). En ese sentido, los consumidores y productores otorgan a su participación en ellos valores adicionales al económico; los PdC son una clara expresión de lo anterior, en la medida que al alejarse –en diferentes intensidades- de los mecanismos oficiales, logran una reconfiguración de los términos frente a los debates en torno a los permisos, sellos y etiquetas como estrategias de control y vigilancia externa.

Por lo tanto, los PdC implementados por estos mercados constituyen alternativas al sistema agroalimentario en la medida que logran innovar en la construcción de relaciones de confianza como un elemento central de los procesos de intercambio. Al diseñar formas innovadoras de certificación basadas en estrategias de evidenciamiento, buena fe, confianza y respeto -que a su vez se construyen a partir de las características particulares de cada mercado y su contexto- posibilitan la participación de productores excluidos del mercado convencional.

Sin embargo, esta diferenciación no alcanza del todo a favorecer de manera contundente y ampliada a los pequeños y medianos productores pues este tipo de estrategias son cooptadas por otros espacios de *producción y circulación de productos*

alternativos que reproducen relaciones sociales medidas exclusivamente por los intercambios económicos.

En contraste con lo anterior, las iniciativas estudiadas expresan sentidos muy potentes, donde lo alternativo se expresa en la relación que tienen productoras y productores con la tierra, en la transmisión y reivindicación de conocimientos tradicionales, en los espacios por donde circulan los alimentos, en la diversidad de alimentos que se cultivan y se consumen -esto tiene que ver con la autonomía y la soberanía de cada productor sobre su unidad de producción-, en el rescate de productos y recetas, en el tipo de información y saberes que circulan entre productores y consumidores, entre otras.

6. Conclusiones

En este artículo se identificaron y analizaron los mecanismos diseñados por cuatro mercados locales alternativos que identificaron el acceso a mercados favorables entre sus principales retos y que, por razones diversas, han implementado procesos de certificación de sus prácticas productivas. Su implementación revela formas heterogéneas de dinamizar estrategias similares que responden a las características de sus contextos y el tipo de participantes que las integran.

Al mismo tiempo, estos PdC ponen en juego procesos complementarios que no se agotan en la calidad de los productos ofertados, sino que visibilizan formas de articular las prácticas y los sujetos que las dinamizan a partir de resistencias y reivindicaciones frente a problemáticas muchos más amplias representadas en el sistema agroalimentario dominante.

El cuestionamiento que hacen estos espacios al sistema agroalimentario va más allá de lo material-económico y se manifiesta en la consolidación de procesos de autonomía individual y colectiva construidos a partir del reconocimiento y la reafirmación de sus

participantes en torno a preocupaciones comunes que convergen en la alimentación y los procesos productivos. En ese sentido, cada experiencia puede ser interpretada como una conquista espacial y simbólica en la disputa por otro tipo de relaciones sociales, económicas y políticas, principalmente, en contextos locales y regionales en los que se ubican, pero que tienen expresiones más amplias a nivel nacional e internacional.

En un contexto más amplio, estos mercados abonan a la reivindicación de pequeños y medianos productores, reconstruyendo la ficción de las etiquetas como garantía de calidad y revalorando la palabra como mecanismo principal de los intercambios. Con ello visibilizan y cuestionan una lógica en la que mientras este tipo de productores deben demostrar su inocencia para poder ingresar al mercado, las grandes cadenas de producción y distribución de alimentos saturan los estantes de los supermercados de alimentos con etiquetas que hacen grandes recorridos o de productos sin etiquetas que atentan contra la salud y el ecosistema.

El reconocer del origen, heterogeneidad y tensiones de las experiencias que se vienen consolidando ayuda a no idealizarlas, tanto entre quienes las integran como entre los que indagamos sus propuestas con el objetivo de contribuir con su fortalecimiento.

Finalmente, pese a sus contradicciones y conflictos, tanto a nivel local como regional estos espacios están buscando articular diversas reivindicaciones de pequeños y medianos productores que no sólo plantean otras formas de relacionarse con los mercados sino que, en su confluencia, pujan por otros mercados posibles.

Referencias

- Barriga, L. (2016). Redes alimentarias alternativas, contribuciones a la del consumidor con la alimentación. *Desarrollo Rural. IPDRS*, 30.
- Caballero, L., Dumraf, S., Gonzales, E., Mainella, F., y Moricz, M. (2010). Los procesos organizativos de la agricultura y la creación de ferias y mercado de economía social. *Otra Economía*, 4(7), 43–66.
- Calle, A., Soler, M., y Rivera, M. (2011). Soberanía alimentaria y agroecología emergente: la democracia alimentaria. En A. Calle, *Aproximaciones a la democracia radical* 213-238. Barcelona, España: Icaria.
- Calle, A., Vara, I., Cuellar, M. (2013) La Transición social Agroecológica. En Cuéllar, M., Calle, Á., & Gallar, D. *Procesos hacia la soberanía alimentaria. Perspectivas y prácticas desde la agroecología política*. (págs. 81-102). Barcelona: Icaria.
- Coraggio, J. (2004), La Gente o el Capital. Desarrollo Local y Economía del Trabajo, Espacio, Buenos Aires
- Crespo, B., y Sabin, F. (2014). Los mercados sociales. La economía solidaria en acción transformadora. *Monografía*, 174, 95-116.
- Cuéllar, M. (2010). La certificación ecológica como instrumento de revalorización de lo local: los Sistemas Participativos de Garantía en Andalucía. *PH Cuadernos. Patrimonio cultural en la nueva ruralidad andaluza*(26), 284-295. España
- Delgado, M. (2010). El sistema agroalimentario globalizado: Imperios alimentarios y degradación social ecológica. *Revista de Economía Crítica*, 10, 32–61.
- Díaz, C. y García, I. (2014). La mirada sociológica hacia la alimentación : análisis crítico del desarrollo de la investigación en el campo alimentario. *Política y Sociedad*, 51(1), 15–49.

- Escobar, A. (2010). *Territorios de diferencia: lugar, movimientos, vida, redes*. Popayán, Colombia: Envi3n.
- Gil, J. (2014). Los l3mites del mercado: reflexiones sobre econom3a, antropolog3a y democracia", de Karl Polanyi. *Encrucijadas-Revista Cr3tica de Ciencias Sociales*, 7, 191-194. Espa3a.
- Giraldo, O., y Rosset, P. (2016). La agroecolog3a en una encrucijada: entre la institucionalidad y los movimientos sociales. *Guaju*, 2(1), 14-37. Brasil.
- G3mez Cruz, M., Schwentesius, R., Ortigoza, J., y G3mez, L. (2010). Situaci3n y desaf3os del sector org3nico de M3xico. *Revista mexicana de ciencias agr3colas*, 1(4), 593-608.
- Gracia, A. (2015). Indagar el campo de posibilidades de las experiencias de trabajo asociativo auto gestionado. En A. Gracia, Trabajo, reciprocidad y re-producci3n de la vida. Experiencias colectivas de autogesti3n y econom3a solidaria en Am3rica Latina. (p3gs. 17-56). Buenos Aires, Argentina: Mi3o y D3vila.
- Kay, S. (2016). *Vinculaci3n de los productores a peque3a escala con los mercados*. Mecanismo internacional de la sociedad civil (MSC). Francia
- Lahera, A. (1999). La cr3tica de la econom3a de mercado en Karl Polanyi: el an3lisis institucional como pensamiento para la acci3n. *Reis*, 27-54. Espa3aLe3n, G., Vald3s, H., y V3squez, V. (2003). *Mercado Kantuta: Un Mercado Campesino*. PIEB. La Paz, Bolivia.
- Long, N. (2007). *Sociolog3a del desarrollo: una perspectiva centrada en el actor*. San Luis Potos3: CIESAS.
- MAELA. (2012). Bolet3n mensual. Hoja a hoja, 14.

- Malassis, L. (1973). *Economie agro-alimentaire: Economie de la consommation et de la production agro-alimentaire*. Paris: Cujas.
- Montagut, X., & Dogliotti, F. (2006). Alimentos globalizados: soberanía alimentaria y comercio justo (Vol. 235). Icaria Editorial.
- Parrado, A., y Molina, J. (2014). *Mercados campesinos: modelo de acceso a mercados y seguridad alimentaria en la región central de Colombia*. Bogotá: OXFAM.
- Roldan-Rueda, H., y Gracia, A. (2015). Espacios de intercambio local de productos orgánicos en México. Panorama, tensiones y procesos de aprendizaje. En A. Gracia, *Trabajo, reciprocidad y re-producción de la vida. Experiencias colectivas de autogestión y economía solidaria en América Latina* (págs. 285-314). Buenos Aires, Argentina: Miño y Dávila.
- Roldan-Rueda, H., Gracia, M., Santana, M., y Horbath, J. (2016). Los mercados orgánicos en México como escenarios de construcción social de alternativas. *Polis, Revista Latinoamericana*(43), 581-605. Chile.
- Rosset, P. (2007). Mirando hacia el futuro?: La Reforma Agraria y la Soberanía Alimentaria. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 26(26), 167-182. España.
- Santana, M. (2008). *Reinventando el dinero. Experiencias con monedas comunitarias*. Tesis de doctorado. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social. CIESAS. México.
- Schwentesius, R., Gómez, M., y Nelson, E. (2013). La Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos. Renovando sistemas de abasto de bienes de primera necesidad para pequeños productores y muchos consumidores. *Sistemas*

Participativos de Garantía. Estudios de caso en América Latina. 21-34. Alemania: IFOAM.

Sevilla, E., y Soler, M. (2010). Agroecología y soberanía alimentaria: alternativas a la globalización agroalimentaria. *PH Cuadernos*, 26, 190-217.

Soler, M., y Calle, A. (2010). Rearticulando desde la alimentación: canales cortos de comercialización en Andalucía. *PH Cuadernos*. 26, 258-283.

Tarditti, M. (2012). *Redes alimentarias alternativas y soberanía alimentaria.*

Posibilidades para la transformación del sistema agroalimentario dominante.

Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona., Barcelona.

Toledo, V. (1992). Toda la utopía: el nuevo movimiento ecológico de los indígenas y campesino de México. En J. Moguel, C. Botey, y L. Hernández, *Autonomía y nuevos sujetos sociales en el desarrollo rural. Ciudad de México: Siglo XXI.* .

Yin, R. (1994). Investigación sobre estudio de casos. Diseño y métodos. *Applied social research methods series*, 5(2).

Zamilpa, J. (2014). Fortalecimiento del sector orgánico de México: aprendiendo de la experiencia de la Unión Europea. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Michoacán: Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales.

Zemelman, H. (2006). *El conocimiento como desafío posible.* Instituto Politécnico Nacional. Ciudad de México.

Siglas y abreviaturas utilizadas

ACC: Acción Campesina Colombiana

ADUC Asociación Departamental de Usuarios Campesinos de Cundinamarca

AGROCOMUNAL Mutual Comunal Agroalimentaria

ALCAMPO Alianza Campesina y Comunal

ANDAS Asociación Nacional de Ayuda Solidaria

ANMUCIC Negras e Indígenas de Colombia

ANUC Asociación Nacional de Usuarios Campesinos

ASOCODE Asociación de Organizaciones Campesinas Centroamericana para la Cooperación y el Desarrollo

ASOMERCAMP Asociación Mercados Campesinos del Oriente del Tolima

CAN: Comunity Agroecology NAtwork

CASSA: Comunidad de Aprendizaje para la Seguridad y Soberanía Alimentaria

CICC: Comité de Interlocución Campesina y Comunal

CLOC: Coordinadora Latinoamericana de Organizaciones del Campo

CNA: Censo Nacional Agropecuario

CONANP: Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegida

CONEVAL: Consejo Nacional para la Evaluación de la Política Social

DANE: Departamento Administrativo Nacional de Estadística

ELN: ejército de liberación nacional

ENA: Encuesta Nacional Agropecuaria

FAO: Organización de la Nacionales Unidas para la Alimentación y la Agricultura

FARC-EP: Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia – Ejército del Pueblo

FENACOA: Federación Nacional de Cooperativas Agropecuarias

FENSUAGRO: Federación Nacional Sindical Unitaria Agropecuaria

FMI: Fondo Monetario Internacional

IICA: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura

IFOAM: Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica

ILSA: Instituto Latinoamericano para una Sociedad y un Derecho alternativos

INEGI: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática

LVC: La Vía Campesina

MAELA: Movimiento Agroecológico de América Latina y el Caribe

MSC: Mecanismo de la Sociedad Civil

MST: Movimiento de los campesino sin tierra

NMS: Nuevos Movimientos Sociales

OMC: Organización Mundial del Comercio

PMASAB: Plan Maestro de Abastecimiento de alimentos y seguridad alimentaria

PNUD: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

REDAC: Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos

SAGARPA: Secretaria de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación

SENASICA: Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria

TLCAN: Tratado de libre comercio de américa del norte

UAIM: Unidad Agrícola Industrial de la Mujer

UASLP: Universidad Autónoma de San Luis Potosí

UIMQROO: Universidad intercultural Maya de Quintana Roo.

¹ Titulada: “La construcción social de los mercados alternativo en México. Estudio de tres casos en distintos contextos y procesos de consolidación.

² Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en México y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) en Colombia

³ El encuentro se desarrolló el 14 y 15 de septiembre de 2017 en Cancún, Quintana Roo, en las instalaciones y con el apoyo de la Universidad del Caribe, e hizo parte del proyecto Multidisciplinario Transversal de El Colegio de la Frontera Sur: “Miradas sobre la vulnerabilidad en el sureste de México: Mega diversidad y prácticas alternativas para el bienestar” y de manera específica del subproyecto “Prácticas, actores y discursos para la preservación de diversidad biocultural. Experiencias familiares y asociativas de producción, intercambio y consumo de semillas y alimentos en la Península de Yucatán, México” coordinado por la Dra. María Amalia Gracia.

⁴ En el marco del Proyecto de Evaluación Internacional de Ciencia y Tecnología Agrícola para el Desarrollo (IAASTD, por sus siglas en inglés) en que participaron FAO, Global Environment Facility, UNDP, UNEP, UNESCO, Banco Mundial y WHO

⁵ Instituto Geográfico Agustín Codazzi, “Atlas de la distribución de la propiedad rural en Colombia”. Disponible en:

http://www.igac.gov.co/wps/themes/html/archivosPortal/pdf/atlas_de_la_distribucion_de_la_propiedad_rural_colombia.pdf, 2012.

⁶ La Contraloría General de la Nación ha analizado los casos de las siguientes empresas: Grupo Mónica de Colombia S.A.S, Multinacional Cargill, Riopaila Castilla S.A., la Organización Luis Carlos Sarmiento Angulo-Corficolombiana, la fiducia Helm Trust S.A. Predio El Brasil, The Forest Company (Wood/Timberland Holdings Limited), Agroindustria Guarrojo S.A., Carlos Aguel Kafruni, Aceites Manuelita S.A., Poligrow Colombia Ltda., familia Lizarralde-Ocampo, familiares del Ministro de Agricultura Aurelio Iragorri y Camilo Pabón Puentes. De acuerdo con el análisis de la Contraloría, estas personas naturales y jurídicas, de manera directa o indirecta mediante empresas constituidas para el efecto, adquirieron y acumularon de manera irregular bienes baldíos de la nación. Al respecto, ver, Contraloría General de la Nación, Acumulación irregular de predios baldíos en la altillanura colombiana, Imprenta Nacional de Colombia

⁷ <https://www.semana.com/nacion/articulo/defensoria-del-pueblo-282-lideres-sociales-asesinados-en-colombia/558634>

⁸ En Colombia, el Grupo Éxito- que controla almacenes Éxito, Carulla y Surtimax- pertenece al Grupo Casino de Francia que controla el 42% del sector de grandes superficies. Le sigue el Grupo Olímpica propiedad de empresarios colombianos y en tercer lugar el grupo chileno Cencosud, el cual participa del mercado colombiano con las tiendas Jumbo y Easy (Dinero, 2016)

⁹ En el país hay tres tiendas con este formato “D1”, “Justo y Bueno” y “Ara” -las tres con una participación mixta entre capitales nacionales y extranjeros. De acuerdo a la revista Dinero, la estrategia de estas tiendas se basa en la reducción de costos de exhibición, negociación con proveedores, logística y mercadeo para ofrecer a los consumidores descuentos en el precio final que, en ocasiones, llegan a ser hasta del 30%. (Dinero, 2016).

¹⁰ Durante la elaboración de esta tesis, coyunturas políticas y diferencias con las nuevas autoridades locales hicieron que los mercados presenciales llegaran a su fin, por lo tanto, esta tesis logra recuperar algunos elementos del momento de la transición y sus efectos en los procesos que venían desarrollando.

¹¹ La Región Central de Colombia incluye los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Meta y Tolima

¹² Aproximadamente \$4.368.000 de dólares a precios de 2014 (1 dólar = 2000.33 pesos colombianos – promedio 2014)

¹³ El alcalde saliente fue Gustavo Petro (2012-2016), del Polo Democrático Alternativo y el alcalde que lo sucedió -actual alcalde de la capital- Enrique Peñalosa (2016-2020), del Movimiento Equipo por Bogotá y Cambio Radical.

¹⁴ De acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) los municipios corresponden al segundo nivel de división administrativa en Colombia, que conforman los departamentos.

¹⁵ De acuerdo con los principios de AgroSolidaria, se consideró conveniente reconocerse como prosumidores, es decir como productores y consumidores, ya que todo/a ciudadano/a, visto desde la dimensión económica, finalmente tiene esta doble condición (AgroSolidaria, 2018)

¹⁶ “Ejido es el núcleo de población o persona moral con personalidad jurídica y patrimonio propio que recibió las tierras vía dotación; y comunidad como el conjunto de personas que viven en el medio rural y comparten tradiciones, usos y costumbres; está conformada por el conjunto de tierras, bosques y aguas que fueron reconocidas con base en la legislación anterior mediante acciones restitutorias, confirmatorias o de titulación de tierras. (Concheiro y Robles, 2012:181-182)

¹⁷ La información contenida en este apartado se basa en Gasca y Torres (2013) *El control corporativo de la distribución de alimentos en México* y Torres (2011) *El abasto de alimentos en México hacia una transición económica y territorial*.

¹⁸ De acuerdo con el Departamento Nacional de Estadística de Colombia: “La estratificación socioeconómica es una clasificación en estratos de los inmuebles residenciales que deben recibir servicios públicos. Se realiza principalmente para cobrar de manera diferencial por estratos los servicios públicos domiciliarios permitiendo asignar subsidios y cobrar contribuciones en esta área” (<https://www.dane.gov.co/index.php/servicios-al-ciudadano/servicios-de-informacion/estratificacion-socioeconomica>)

¹⁹ El ramón (*Brosimum alicastrum*), es un árbol que crece en varias regiones de México y que por su características de adaptabilidad es resistente a la sequías y a cambios de temperatura, elemento por el cual su cultivo ha sido promovido desde los programa de gobierno (cruzada contra el hambre), además, por sus características todas las partes se pueden utilizar, ya sea como alimento humano (fruto) o como forraje para los animales (las hojas) y su madera es muy versátil (Meiner, Sanches y De Blois, 2009).

²⁰ Este encuentro se llevó a cabo el 14 y 15 de septiembre de 2017 en Cancún, Quintan Roo, México, en el marco de proyectos institucionales de El Colegio de la Frontera Sur junto con la Universidad del Caribe. En él participaron algunas de las organización que integran esta investigación.

²¹ *La UAIM tiene su origen en las modificaciones a la Ley Agraria de 1972 que establecía, en su artículo 103, la obligatoriedad de que cada núcleo de población reservara una superficie igual a la unidad de dotación en las mejores tierras para el establecimiento de granjas agropecuarias e industrias rurales explotadas colectivamente por las mujeres mayores de 16 años del grupo que no sean ejidatarias* (Costa, 1995)

²² Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación

²³ Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria

²⁴ “El buen fin” es un evento que se realiza durante un fin de semana de noviembre, simulando el “viernes negro” que se realiza en Estados Unido, cuyo objetivo es estimular el comercio a través de descuentos y facilidades de pago para los compradores.

²⁵ La distancia geográfica óptima varía de acuerdo a diversos factores contextuales, sin embargo se podrían considerar dentro de este objetivo aquellos que se encuentran a menos de 200 km de distancia. Frente a las distancias comerciales, se contempla la posibilidad de tener máximo un intermediario.

²⁶ En términos sociológicos las categorizaciones y los estigmas muestran la interconexión individuo-sociedad y denotan la diferenciación social. De acuerdo con Goffman (1993) el estigma es un atributo profundamente desacreditador vinculado con una diferencia indeseable. Aunque este autor habla de estigmas relacionados con apariencia física, enfermedades mentales o atributos vinculadas con sistemas de diferenciación como la raza, nación, género, etnia y religión, aquí utilizamos el término en el sentido de un prejuicio hacia una función económica –la intermediación– derivada de la concentración y acaparamiento del régimen alimentario que, aunque real, puede impedir captar otras formas de intermediación y comercialización que ocurren así como obturar la aparición de experiencias que contribuyan a transformar la economía, política y sociedad (Gracia, 2015).

²⁷ <https://www.semana.com/nacion/articulo/santos-el-paro-nacional-agrario-no-existe/355264-3>

²⁸ <https://regeneracion.mx/monsanto-apoyado-por-gobierno-federal-gracias-a-reforma-de-pena-nieto/>