

# «LA COMIDA DE AQUÍ»

## RETOS Y REALIDADES DE LOS CIRCUITOS CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN

**Alma Amalia González Cabañas**

**Ronald Nigh**

**Michaël Pouzenc**

**(coordinadores)**







# <<La comida de aquí>>

Retos y realidades de los circuitos cortos  
de comercialización



Alma Amalia González Cabañas

Ronald Nigh

Michaël Pouzenc

(coordinadores)

# «La comida de aquí»

Retos y realidades de los circuitos cortos  
de comercialización



San Cristóbal de Las Casas, Chiapas  
Centro de Investigaciones Multidisciplinarias  
sobre Chiapas y la Frontera Sur  
Universidad Nacional Autónoma de México  
MÉXICO, 2020

González Cabañas, Alma Amalia, editor | Nigh, Ronald, editor | Pouzenc, Michaël, editor.

«La comida aquí». Retos y realidades de los circuitos cortos de comercialización / ALMA AMALIA GONZÁLEZ CABAÑAS, RONALD NIGH, MICHAËL POUZENC (COORDINADORES)

Primera edición. | San Cristóbal de Las Casas, Chiapas : Centro de Investigaciones Multidisciplinarias sobre Chiapas y la Frontera Sur, Universidad Nacional Autónoma de México, 2020.

LIBRUNAM 2081847 | ISBN 978-607-30-3349-7

Abastecimiento de alimentos--América Latina | Comercio justo de alimentos--América Latina | Agricultura alternativa--América Latina | Agricultura--Aspectos económicos--América Latina.

CLASIFICACIÓN: LCC HD9014.A15.C66 2020 |DDC 382.41098—DC23

Imagen de portada: Kippy Nigh, *Familia tsotsil desgranando maíz*, Oventik, Chiapas, 1997.

Primera edición: 2020

D.R. © 2020, Universidad Nacional Autónoma de México  
Ciudad Universitaria, 04510, Del. Coyoacán, Ciudad de México, Coordinación de Humanidades,  
Centro de Investigaciones Multidisciplinarias sobre Chiapas y la Frontera Sur  
Calle María Adelina Flores, núm. 34-A, Barrio de Guadalupe, 29230,  
San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, México. Tel.: (967) 678 2997  
[www.cimsur.unam.mx](http://www.cimsur.unam.mx)

ISBN: 978-607-30-3349-7

Esta obra fue dictaminada positivamente por pares ciegos externos, a solicitud del Comité Editorial del Centro de Investigaciones Multidisciplinarias sobre Chiapas y la Frontera Sur. Queda prohibida su reproducción total o parcial por cualquier medio sin la autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.

Impreso y hecho en México / Printed in Mexico

# Índice

Introducción	11
Alma Amalia González Cabañas/ Ronald Nigh/ Michaël Pouzenc	
Cultivadores, comientes y comerciantes, 11; Los valores éticos incorporados a la alimentación, 15; La multiplicación de los mercados locales alternativos, 17; De lo local a lo global, los circuitos cortos en pos de un nuevo modelo de sociedad, 18; Distintos contextos, 21; Consumidores-comientes conscientes, 24; Los procesos de certificación en los circuitos cortos, 25; ¿Una agroecología para todos?, 27; ¿Quiénes comercializan sus alimentos en los circuitos cortos?, 28; Roles y andares de las mujeres, 32; El rol de los investigadores, 34; Tejiendo el hilo de nuestra historia, 35; Bibliografía, 38	
La reconfiguración agroecológica en las redes alimentarias territoriales. . .	43
Ronald Nigh	
La reconfiguración agroecológica, 44; La agroecología y el microbioma planta-suelo, 46; El café orgánico en México, ejemplo de reconfiguración agroecológica, 48; Redes alimentarias territoriales y comercio de circuito corto, 50; Buen vivir, 52; Diversidad, 53; Autonomía, 54; Conclusión, 55; Bibliografía, 56	
Comercio justo, mercados locales, los retos de la replicabilidad y del cambio de escala. Análisis de casos latinoamericanos . . . . .	63
Alma Amalia González Cabañas • Guy Durand	
Una breve recapitulación histórica del comercio justo, 65; Los debates sobre el comercio justo desde la perspectiva norte-sur, 67; Circuitos cortos de comercialización latinoamericanos, 68; Al sur del Río Bravo: México, 68; Los países del Cono Sur, 72; Ferias de Consumo Familiar Barquesimeto en Venezuela, 73; El caso ecuatoriano, 76; Consideraciones finales, 79; Bibliografía, 81	



Comercio justo y circuitos cortos de comercialización: el rol del Estado en Brasil	<b>85</b>
Gilles Maréchal	
El comercio justo y solidario en Brasil, <b>85</b> ; Los circuitos alimentarios de proximidad en Brasil, <b>88</b> ; Las convergencias entre circuitos cortos alimentarios de proximidad y comercio justo, <b>92</b> ; Conclusión: de las posturas diferenciadas del Estado como actor central, <b>96</b> ; Bibliografía, <b>96</b>	
Construcción de una ruralidad contemporánea. El caso de la región Midi Pirineos desde el año 2000 hasta nuestros días . . . . .	<b>99</b>
Michaël Pouzenc	
Las AMAP: un modelo original, <b>100</b> ; El crecimiento de las AMAP en los espacios urbanos, periurbanos y rurales, <b>102</b> ; Las AMAP, una cierta forma de hacer sociedad, <b>106</b> ; Agricultura, naturaleza y localidad, <b>111</b> ; Conclusión, <b>114</b> ; Bibliografía, <b>115</b>	
Asociaciones de agriculturas de responsabilidad compartida francesas y mercados alternativos en México, un reto común: institucionalización de sus prácticas agrícolas y procesos de garantía . . . . .	<b>117</b>
David Monachon	
Las asociaciones de agricultura de responsabilidad compartida en Francia, <b>121</b> ; Nacimiento de los mercados alternativos en Tlaxcala, <b>123</b> ; Garantizar la producción orgánica, <b>125</b> ; Las AMAP y la producción orgánica, <b>128</b> ; Certificación participativa francesa en Haute-Garonne, <b>133</b> ; Agricultura orgánica y certificación participativa: el ejemplo de Tlaxcala, <b>135</b> ; Emergencia de la asociación Tijtocha Nemiliztli, <b>139</b> ; La agroecología de Estado según el gobierno francés, <b>142</b> ; Una agroecología fuera de la norma en México, <b>145</b> ; Conclusión, <b>147</b> ; Bibliografía, <b>149</b>	
Aspectos sociales que inciden en la configuración de los consumidores reflexivos	<b>153</b>
Cynthia Gutiérrez Pérez	
Contradicciones de la mundialización alimentaria, <b>153</b> ; Riesgo alimentario: marcos conceptuales, <b>155</b> ; Configuración de los consumidores reflexivos, <b>158</b> ; Elección de alimentos entre mujeres chiapanecas, <b>160</b> ; Discusión y conclusiones, <b>167</b> ; Bibliografía, <b>170</b>	

Circuitos cortos de comercialización en Jalisco, avances y retos . . . . . 175

N. H. Juárez • P. Figueroa • E. Jiménez • V. Flores • L. Sevilla • A. Macías

Un giro hacia el pequeño agricultor, 175; La agricultura orgánica en México, 176; Producción y comercio local: experiencias pioneras en Jalisco, 177; El tianguis del círculo de producción y consumo responsable, 177; Un frente campesino: la Red de Alternativas Agropecuarias Sustentables, 180; Inicio de la agricultura urbana y el comercio en espacios públicos, 181; Consumidores organizados y mercados locales en Ajijic, 184; Las nuevas iniciativas de comercialización en la ZMG, 185; Iniciativas de comercio local en ciudades medias al sur de Jalisco, 186; Los tianguis universitarios de la Costa Sur y sur de Jalisco, 187; Tianguis de productores en CU-Sur, 190; Entorno a las iniciativas de comercialización en la ZMG, 193; Milpa, la primera cooperativa de consumidores y productores, 196; Reflexiones sobre el camino andado, 199; Bibliografía, 202

Entre lo sano y lo cercano: construcción de una opción de certificación participativa 205

A. C. Reyes • A. A. González C. • A. Saldívar M. • H. Morales

La agricultura orgánica en México, 209; Normativa de los productos orgánicos, 212; De la certificación orgánica de agencia a la certificación participativa, 213; San Cristóbal de Las Casas: entre la tradición y la construcción de lo alternativo, 218; Metodología, 219; De canasta orgánica a red de productores y consumidores responsables, 219; El inicio de una experiencia de certificación participativa, 223; Caracterización de los productores del tianguis, 227; Consideraciones y reflexiones finales, 235; Bibliografía, 236

¿Qué dice tu corazón? Alimentación y emociones: la ambigüedad del cuidado de un comedor comunitario . . . . . 241

Chloé Barbier • Alma Amalia González Cabañas • Hélène Guétat-Bernard

Presentación del estudio de caso. Entre particularismo y holismo, 243; Problemática de estudio, 244; Aportes teóricos, 246; La alimentación: una vía de aproximación al cuidado, 246; ¿Ética del *care* o economía del cuidado?, 248; La milpa, un largo proceso e historia no concluida, 253; El comedor: una mezcla de

lo doméstico y de lo público, 256; El *care* como vector del campo de lo posible: emociones y alimentación, 259; Espacio tangible de intercambios, 262; La importancia del reconocimiento, 263; De un comercio de proximidad a nuevas moviidades espaciales, 264; Los conflictos en la milpa, 269; Cuando «mercantil» no es igual que «individualismo», 272; Conclusiones: La Milpa, «una historia no concluida», 273; Bibliografía, 275

# Introducción

Alma Amalia González Cabañas/ Ronald Nigh/ Michaël Pouzenc

## Cultivadores, comientes y comerciantes

Los circuitos cortos de comercialización, conocidos más comúnmente en México como mercados locales, son dispositivos de coordinación que permiten el tráfico principalmente de productos agroalimentarios mediante la negociación directa entre productores y consumidores, y que dan importancia y valor a lo que genera una región para favorecer de ese modo la economía y los paisajes que la caracterizan.

Si bien la literatura académica sobre la alimentación hace mayor referencia al *consumidor*, nosotros nos inclinamos por el *comiente*. El primer vocablo se acuña desde una perspectiva económica, ya que remite al acto de adquirir, mediante la compra, un alimento. Ciertamente, la obtención puede estar influida por preferencias que van más allá del precio, pero sitúa el alimento como una mercancía. En contrapartida, el vocablo que aquí utilizamos, *comiente*,<sup>1</sup> se refiere al individuo que realiza la acción misma de ingerir alimento, sin restringirlo al ámbito de las consideraciones impuestas por el mercado. Permite así abordar la alimentación del individuo en su dimensión biológica que lo lleva a saciar el hambre, pero también por los marcadores identitarios de los grupos sociales.

Indudablemente, esta forma de comercialización ha sido una práctica ancestral; sin embargo, su característica innovadora es la voluntad declarada de consumidores y productores de generar alternativas a la distribución global de alimentos, que tiende a imponerse en los espacios urbanos y en los más remotos confines rurales.

<sup>1</sup> Aunque el participio activo de comer está en desuso, es correcto según las reglas gramaticales de la lengua española. Situación similar ha sucedido con el vocablo en francés *man-geur*, reutilizado en la literatura sobre socioantropología de la alimentación (Poulain 2002).

La innovación como proceso social, y no solo en términos tecnológicos, se plantea en el corazón de este tipo de iniciativas que representan una realidad cuya importancia radica en el tejido social que se consolida en torno a ellas, y que también adquieren una relevancia económica poco valorada. Los que analizamos aquí son ejemplos de los *nested markets* ‘mercados anidados’ descritos por Ploeg et al. (2012). Se denominan así por estar incluidos en instituciones económicas más amplias, pero que muestran características particulares como las relaciones cercanas de circuito corto. Atraen a productores porque ofrecen un diferencial de precio para ellos y permiten que una mayor proporción de la cadena de valor se quede en la economía local.

La relación cara a cara entre productores y consumidores hace posible el reconocimiento de las expectativas del otro, elemento fundamental en la calidad de los comestibles que integran la cultura alimentaria de los pueblos. México y Francia son países con tradiciones gastronómicas de gran reconocimiento, tanto local como mundial, cuya permanencia depende en buena medida de ingredientes que definen la calidad gustativa, basada en muchos casos en la producción campesina de pequeña escala. Estas condiciones han tenido un efecto positivo en la emergencia de iniciativas de circuitos cortos de comercialización ligadas a valores gastronómicos, paisajísticos y culturales, que encuentran eco en la conciencia ciudadana de respeto al ambiente, la preocupación por la salud de productores agrícolas y consumidores, así como el posicionamiento político y contestatario frente al sistema agroalimentario global.

Nuestro interés en la preparación de un libro colectivo sobre los procesos sociales y tecnológicos que permiten la innovación de los circuitos cortos de comercialización es informar de sus particularidades regionales, pero también de la tendencia que explica su funcionamiento y la acción social que los origina.

El proyecto ECOS Agricultura campesina, circuitos cortos de comercialización y evolución de la demanda social, de lo global a lo local: aportes de una comparación México-Francia, en el cual hemos venido participando, nos ha dado la oportunidad de tener un espacio de discusión, reflexión y observación sobre algunos casos específicos de mercados locales o circuitos cortos de comercialización de México y de Francia. La difusión de nuestras pesquisas en este campo servirá para enriquecer el debate teórico que explica estos procesos de innovación social y que puede ser, en el mismo sentido, fuente de inspiración para iniciativas emergentes de este tipo.

El siglo xx vio una transformación profunda del sistema agroalimentario en el mundo. Cambió radicalmente la forma de producir, transportar, distribuir y consumir los alimentos. Han desaparecido millones de fincas familiares. La variedad de cultivos que llegan al mercado ha disminuido dramáticamente y el sistema en general se ha vuelto dependiente de un reducido número de especies que se producen en grandes monocultivos.

Pero nuestro interés se ha enfocado también en responder preguntas en el ámbito local específico e íntimo de las personas: ¿por qué los consumidores y los productores buscamos una agricultura alternativa? Es por ello que en las páginas de este libro aparecen explicaciones racionales y emociones que guían las decisiones de quienes entienden y viven el enlace entre cultivar, comer y comerciar.

Otras inquietudes que han motivado las investigaciones de este volumen buscan dar respuesta a cómo estas iniciativas de mercados locales alternativos, basados en la proximidad, permiten o pueden permitir una renovación de los sistemas agroalimentarios. ¿Ofrecen una verdadera vía alterna al sistema agroalimentario capitalista altamente industrializado? Y ¿hasta qué punto pueden ser un camino a la soberanía y la seguridad alimentarias? Nosotros sostenemos que estos mercados emergentes no representan simplemente una expresión moral o ética de los buenos versus los malos, sino que son una muestra concreta de que puede existir una opción que contraste con los mercados globales, en gran parte controlados por la industria agroalimentaria y los intereses comerciales y financieros transnacionales (Ploeg, Jingzhong y Schneider 2012).

A lo largo de nuestras indagaciones hemos encontrado que existen dos aspectos problemáticos de la agricultura intensiva que motivan a los productores a buscar otra ruta. Por un lado están las motivaciones originadas por las contradicciones ecológicas y socioeconómicas de los sistemas de la agricultura industrial corporativa. La tecnología identificada como moderna ha dominado la producción agroalimentaria mundial sin cuestionar esta manera intensiva de producir que pone en riesgo la sustentabilidad en su dimensión más amplia (ambiental, social y económica) y que irónicamente es conocida como «Revolución verde». Sus efectos devastadores han provocado el deterioro de la base de la producción: degradación de los suelos, pérdida de biodiversidad y merma de servicios ecosistémicos como el de la polinización, o el secuestro de carbono en el suelo o, en general, la contaminación y la sobreexplotación del agua.

El segundo aspecto problemático de la tecnología alimentaria industrial es el deterioro de la calidad de la dieta contemporánea (Panel Mundial

2016) y los costos consecuentes en la salud pública. Así han aparecido enfermedades relacionadas con la dieta, tales como la obesidad, la diabetes, padecimientos cardiovasculares, algunas formas de cáncer, demencia y otras de índole neurológica. De ese modo se ha engendrado un nuevo ser absurdo y anacrónico: el humano sobrealimentado y mal(sub)nutrido (Pollan 2008).

Aunada a lo anterior, persiste la amenaza de las zoonosis, enfermedades que se originan en la producción animal industrial. Los confinamientos constituyen criaderos de cepas de alta patogenicidad capaces de cruzar la barrera de las especies e infectar a los humanos (Greger 2007). Además, el uso indiscriminado de los antibióticos en «las fábricas» de animales provoca el surgimiento de cepas patógenas resistentes, lo que constituye otra amenaza a la salud pública.

La agricultura industrial aparenta haber impulsado un enorme auge en la producción de alimentos. Sus promotores afirman que esa tecnología en conjunto ha permitido alimentar una población humana que ha aumentado en forma significativa durante los últimos tres siglos. Sin embargo, se discute cuál es el peso de cada uno de los componentes de esa llamada Revolución verde en el aumento de la producción —la expansión de las tierras cultivadas por todo el mundo y su mecanización, el mayor rendimiento por el mejoramiento genético de los cultivos o el uso de agroquímicos, etc.—. Cualesquiera que sean los factores de mayor peso, es dudoso que la intensificación de la agricultura industrial pueda realizar un «segundo acto» de la misma magnitud; realmente no será capaz de proporcionar la cantidad ni la calidad de los alimentos que necesitará generar el mundo de manera sustentable en el siglo XXI (Seufert, Ramankutty y Foley 2012).

Pero, realmente ¿es la agricultura industrial la que nos alimenta? En un estudio de pequeñas granjas en tres regiones claves se concluye que:

Nuestro análisis respalda las afirmaciones respecto a que en gran parte del mundo en desarrollo, la producción de alimentos en pequeñas explotaciones agrícolas es una faceta clave de la seguridad alimentaria para los pobres rurales, constituye la mayor parte de la producción y apunta la sostenibilidad agrícola a escala nacional y regional. Nuestros hallazgos indican que más de la mitad de las calorías de alimentos producidos en todo el mundo provienen de unidades subnacionales en desarrollo donde la densidad de hogares agrícolas es muy alta, con un promedio de menos de cinco hectáreas por familia, ofreciendo apoyo a estadísticas frecuentemente citadas sobre la contribución de granjas pequeñas o familiares (Samberg et al. 2016:9).

O sea, la inquietud no está en saber si los campesinos tradicionales y agroecológicos pueden alimentar el mundo, como tantas veces se escucha cuestionar; el punto estriba en saber cómo puede el mundo alimentarse sin los pequeños productores que son forzados a abandonar el campo cada vez en mayor número. El fortalecimiento de las economías locales a través de las tradiciones culinarias regionales y los productores que las sostienen son parte de la alternativa que se busca: la de no perder las bases de nuestra soberanía alimentaria.

### **Los valores éticos incorporados a la alimentación**

Algunas visiones sobre la vida contemporánea ubican como una fuente de angustia la preocupación del individuo por la calidad de su alimentación. La producción de tipo fordista de los alimentos ha desencadenado la necesidad de establecer normas estrictas que garanticen la inocuidad. Si bien el individuo puede sentirse seguro bajo estándares elevados de inocuidad y sanidad, no deja de lado su interés por consumir un alimento asociado con una serie de valores no ligados estrictamente al proceso productivo o de manejo. Se trata de valores éticos y emocionales, que pueden estar relacionados con las evocaciones de un territorio, una tradición, de solidaridad con los pequeños productores o con un cierto tipo de itinerario técnico en el cultivo y la cría de animales, cuyo seguimiento abone a la conservación de los recursos naturales.

La movilización de los valores éticos en forma discursiva, pero sobre todo su incorporación a los alimentos por medio de prácticas específicas en los itinerarios técnicos del proceso productivo y el manejo, en la distribución y la comercialización, ha sido una innovación sociotécnica que ha permitido generar un alimento diferenciado, capaz de colocarse en el mercado con un sobreprecio, lo cual, bajo cierta óptica, ha sido muy positivo para los pequeños productores y campesinos, pero que los ha colocado frente a complejos mecanismos y argumentos de certificación —tal como abordamos en este libro—. Finalmente, se ha desplegado un amplio abanico de posibilidades para diferenciar los alimentos, al grado que llega a generar confusiones tanto en quienes los cultivan y crían como, desde luego, en los consumidores y comientes.

Si bien en esta obra nos centramos en los alimentos que se comercializan en los circuitos cortos, los lectores encontrarán que los valores movilizados por sus adherentes (consumidores, comientes y productores)



invocan valores éticos que remiten a otros criterios. Por ello, nos interesa precisar desde esta introducción a qué remiten los términos de comercio justo (CJ) y de agricultura orgánica.

El primero de ellos, el CJ, tiene su origen en la creación de un dispositivo de coordinación entre cafeticultores indígenas del estado de Oaxaca y consumidores europeos, según el cual se acuerda el pago de un sobreprecio por el producto generado por indígenas organizados en cooperativas. En esta acción sin precedentes utilizaron un sistema de etiquetado o etiquetación que permitiría la *trazabilidad* del producto, es decir, la posibilidad de identificar su origen y las diferentes etapas de su producción y distribución. De ese modo podría garantizarse que al adquirirlo, el consumidor expresaría su solidaridad social con organizaciones campesinas indígenas democráticas. El CJ se posicionó como un segmento de mercado atractivo por el crecimiento de su demanda que ha evolucionado de manera muy compleja, no exenta de tensiones y visiones distintas en los países que participan como consumidores. Lo que sí es indiscutible es su relevancia como ejemplo de sistema de etiquetado, trazabilidad de alimentos y otros productos, que incorpora valores éticos.

Otro de los mercados alternativos que han alcanzado igualmente importancia económica por su volumen de ventas es el orgánico,<sup>2</sup> que en Chiapas tiene una historia entrelazada con la evolución del comercio justo. La prestigiada finca Irlanda, de la región del Soconusco, ha sido pionera en este tipo de certificación. Su trayectoria fue un camino a seguir para las organizaciones campesinas indígenas que incursionaron en el comercio justo y se comprometieron a ofrecer a sus compradores un café de buena calidad y respetuoso con el ambiente.

Actualmente, hablar de café de comercio justo y orgánico remite a Chiapas, al ser considerado, como región, uno de los líderes a nivel mundial en la producción con estas categorías. Es un hecho que las trayectorias trazadas por la cafeticultura indígena chiapaneca y, en general, por estos nichos de mercado, apoyados en valores éticos, han sido fuente de ideas y experiencias para la construcción de los circuitos cortos de comercialización en su ámbito local.

El espacio social alimentario tiene muchas otras calificaciones basadas en distintos tipos de itinerarios técnicos y valores éticos, como podría ser la referencia a un territorio, que define de por sí la calidad del alimento,

<sup>2</sup> En la literatura en español se denomina así, en una traducción directa del inglés, pero en la literatura francófona se reporta como «mercado biológico» —igualmente, en ocasiones, traducido de manera literal—.

tanto por su sabor como por la manera de cultivarse o elaborarse. En esta tendencia se ubican las indicaciones geográficas que permiten a los consumidores conocer más fácilmente las denominaciones de origen o la declaración de origen controlado. Esta es una línea en la calificación de los alimentos que ha llegado a ser muy compleja y actualmente está más ligada con lo que se conoce como alimentos de nostalgia y gurmé (Pérez, González y Picado 2018).

No intentamos aquí desplegar toda la gama de calificaciones alimentarias, pero sí queremos dejar claros los conceptos que se utilizan en los capítulos de este libro, a fin de identificar las distintas prioridades establecidas por los dispositivos de coordinación o las iniciativas ciudadanas que construyen los circuitos cortos de comercialización, tanto en México como en otros países.

Es así como un comiente podrá buscar en un circuito corto de comercialización un alimento que sea justo, orgánico, pero también ir tras la huella de un alimento gurmé asociado con cierta nostalgia por un sabor o una manera de prepararse, ligado a ciertas tradiciones. Puede tratarse de alguien que persiga la coincidencia de todo este tipo de criterios, pero con aspiraciones muy puntuales. Igualmente, habrá consumidores reflexivos cuyo interés se dirija al acceso a alimentos locales que hayan reducido la distancia entre quienes los cultivan y procesan y aquellas personas que los llevarán a sus mesas.

## **La multiplicación de los mercados locales alternativos**

Las relaciones de proximidad entre agricultores y consumidores existen desde tiempos remotos. Sin embargo, más allá de las antiguas prácticas de comercialización de los productores en los mercados tradicionales,<sup>3</sup> en las plazas cubiertas o próximas a las explotaciones agrícolas estas formas se diversifican ampliamente después la década de 1970.

Esto no ocurrió solo en Francia, pero en ese país tomó cuerpo en distintos ejemplos, entre los que podemos citar el desarrollo de la venta directa en las granjas (en el sitio mismo o por correspondencia), los mercados campesinos, los mercados «Bio», la comercialización de canastas de legumbres (como aquellos de las asociaciones de la red Jardín de Cocagne), agrupaciones de compra (por ejemplo, de productos Bio como la red de

<sup>3</sup> En la mayoría de los países que se reportan en este libro se trata de mercados semanales que se instalan en alguna plaza pública o en una calle.

cooperativas Biocoop). Sobre todo, estas iniciativas parecen conocer una nueva expansión desde el inicio del siglo XXI, dada la multiplicación de las tiendas de productores y, más aún, de las Asociaciones de Responsabilidad Compartida de la Agricultura Campesina (AMAP), al pasar de una en 2001 a más de dos millares en 2015.<sup>4</sup>

En México, los primeros procesos organizativos que dieron pauta a la emergencia de iniciativas de mercados locales, ligadas fuertemente a un interés por el consumo de alimentos orgánicos, se dieron en ciudades medias y en grandes urbes. En su consolidación, la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos jugó un papel estratégico para su reconocimiento por los consumidores y por las instituciones gubernamentales y agencias de desarrollo extranjeras (Escalona 2009). Un aspecto que no ha sido evaluado en términos cuantitativos, pero que resulta evidente en el paisaje urbano, es el incremento de tiendas de la iniciativa privada que comercian con alimentos y otros productos cultivados o procesados por pequeños productores o campesinos. La talla de estas tiendas ocupa un abanico amplio, desde pequeños negocios hasta otros de mayor envergadura que utilizan un modelo equiparable a las franquicias. Sus campañas publicitarias enfatizan en la compra directa y el pago justo. Sin duda, esta evolución del concepto de relaciones comerciales puede identificarse con un efecto directo para los productores; sin embargo, abre un amplio debate sobre los procedimientos y el compromiso social a largo plazo. Estas tiendas pueden aparecer desde un modelo muy vanguardista y eficiente en términos comerciales y otras como pequeños establecimientos marcados por la cohesión social con los pequeños productores y campesinos que participan en sus proyectos comerciales (Nigh y González 2015).

*De lo local a lo global, los circuitos cortos en pos de un nuevo modelo de sociedad*

La multiplicación de los circuitos cortos aparece como una respuesta frente a la producción estandarizada del sistema agroalimentario global. Las preocupaciones de los consumidores se expresan alrededor de aspectos muy diferentes, que van desde la calidad alimentaria hasta la revalorización de los terruños, las tradiciones, la producción artesanal y los valores éticos de solidaridad con los productores, el respeto a las condiciones de los animales y, en un sentido más amplio, al desarrollo sustentable. La dificultad

<sup>4</sup>Véase <miramap.org> [consulta: 12/12/2017]

para los productores es ahora no solo satisfacer las exigencias en términos de la calidad intrínseca de sus productos, sino también con respecto a las exigencias de una calidad extrínseca, más cultural que material (Charlery y Pernette 2008).

Las redes alimentarias alternativas reúnen un conjunto de iniciativas desarrolladas sobre la base de una fuerte crítica a la hegemonía de las cadenas agroindustriales globalizadas y sus derivaciones, tanto en el plan de la calidad de los alimentos como en lo tocante a los desequilibrios económicos, sociales y ambientales que engendran (Olivier y Coquart 2010). Por ello, un primer desafío reivindicado por estos movimientos es de carácter geopolítico.

Estas redes también buscan defender una alimentación sana y los consumidores implicados tienden a reapropiarse del trabajo de calificación de los productos de base, responsabilidad habitualmente delegada a los poderes públicos y a los actores de las *cadena*s agroalimentarias (Dubuisson-Quellier 2004; Lamine 2008). Para estos consumidores comprometidos (*consom-acteurs*), la sociabilidad entre comientes y los agricultores es el principio vector de esta recalificación. Esta sociabilidad permite reconectar, a través de la confianza, a los consumidores con sus agricultores y revalorizar el oficio campesino (Vincq, Mondy y Fontorbes 2010).

Las redes impulsan igualmente la defensa de la relocalización de la economía y el mantenimiento de la agricultura campesina (Mundler 2006). Las explotaciones agrícolas implicadas en estas redes son a la vez ejemplo de resistencia y de innovación. Y los productores participan en las oportunidades de formas variadas de venta directa. La dimensión colectiva de estas redes contribuye a facilitar la búsqueda de oportunidades y a garantizar al productor un ingreso más estable. La organización de estos colectivos condiciona fuertemente la rentabilidad y la continuidad de estas formas de producción (Olivier y Coquart 2010).

Sobre la base de estos elementos, un desafío para la investigación científica es analizar cómo los circuitos cortos combinan las preocupaciones ampliamente globalizadas con las de índole local. Se trata visiblemente de observar cómo interaccionan las tensiones socioeconómicas y políticas entre, por una parte, las exigencias de una soberanía alimentaria capaz de limitar los efectos negativos de las crisis alimentarias, sociales y ambientales mundiales y, por otra parte, la competitividad de las *cadena*s agroalimentarias y de desarrollo económico local, regional o nacional.

Además, y sobre todo en los países del norte, estos movimientos pueden estar apoyados por una serie de políticas públicas locales o regionales en

favor del manejo del territorio, la agricultura, el ambiente, el consumo... pero ciertos movimientos intentan mantenerse al margen de estas políticas, por juzgarlas demasiado tímidas o viciadas. Otros agentes de iniciativas no dudan en integrarse y hacer evolucionar los dispositivos de apoyo a los valores que ellos defienden: respeto por el ambiente, defensa de la agricultura orgánica y solidaridad entre consumidores/agricultores. Frente a estas evoluciones y expectativas que provienen a la vez de los productores y de los ciudadanos, reaparecen antiguos debates, por un lado, sobre el concepto mismo de «circuito corto», entre venta directa y flujos de intercambios de proximidad, entre zonas urbanas y zonas rurales (Pouzenc et al. 2008; Mora 2008; Olivier-Salvagnac, Pouzenc y Pilleboue 2011) y, por otra parte, sobre el rol que debe jugar (o no jugar) el Estado en el acompañamiento de estas iniciativas.

Desde la década de 1990, paralelamente a las dinámicas del norte en los mercados alternativos, los países del sur han conocido una importante recomposición a partir de las grandes organizaciones campesinas, en su afán de acceder a los mercados de exportación. La valorización de criterios éticos solidarios, la producción orgánica o la preservación de especies endémicas tropicales en peligro de extinción han acelerado la exportación etiquetada (*labeled*) de productos como café, cacao, té, entre otros. México, y particularmente los estados de Chiapas y Oaxaca, han sido pioneros en estos mercados. La conjunción de territorios de montaña favorables a la producción de café de alta calidad organoléptica y los saberes de la población indígena, que favorecen la biodiversidad y el apego a itinerarios técnicos respetuosos de la naturaleza, han hecho de este país uno de los más importantes exportadores de productos simultáneamente etiquetados en producción justa y orgánica.

Posteriormente, hacia finales de la década de 1990, en consolidación de su rol exportador, México ha visto aparecer las iniciativas para reconstruir y revalorizar la producción local a través de los circuitos cortos. Estas iniciativas han sido desarrolladas por los consumidores reflexivos movilizadas por las mismas preocupaciones que en los países desarrollados. El objetivo es revalorizar la producción campesina local en las nuevas perspectivas ciudad-campo. Estas iniciativas están encabezadas por mujeres, lo que invita a completar los análisis desarrollados hasta ahora por un enfoque en términos de relaciones de género.

Tanto en el norte como en el sur, el desarrollo de las producciones agroalimentarias locales y singularmente de los circuitos cortos de proximidad está ante la encrucijada de numerosas preocupaciones. El éxito de

algunos productores que participan en la venta directa converge con las políticas públicas de desarrollo local y una sensibilidad creciente de los consumidores por la calidad de su alimentación y opiniones más favorables a la relocalización.

### Distintos contextos

El financiamiento semilla que tuvimos del fondo ECOS-Nord Francia-México (Evaluación-Orientación de la Cooperación Científica), a través del proyecto Agricultura campesina, circuitos cortos de comercialización y evolución de la demanda social, de lo global a lo local: aportes de una comparación México-Francia, facilitó la colaboración entre colegas mexicanos y franceses. Cooperación de larga data con los tolosanos que se amplió hacia la región bretona, gracias a las oportunidades de intercambio entre ambos países pero, sobre todo, debido a la construcción de relaciones de confianza y amistad entre ambos grupos de investigadores.

En nuestra agenda siempre estuvo casi como un fantasma la inquietud de explicar a nuestros interlocutores la pertinencia de los estudios comparativos sobre esta innovación social y técnica de los circuitos cortos de comercialización. Siempre partimos de considerar un punto en común entre Francia y México con respecto a la importancia histórica de la población rural en el devenir de estos países. La contribución a su crecimiento económico no ha provenido solo del sector de la producción de alimentos y de materias primas. El asunto es más fino, pues se trata de poblaciones rurales que han construido paisajes, tradiciones alimentarias y aún más... emociones que permiten decir qué es el campo, qué es la ruralidad y qué es la buena alimentación, el buen comer.

Ese gusto por la alimentación y su relación con la ruralidad son elementos que se presentan tanto en México como en Francia. Parecieran ser sociedades que si bien viven el embate de la comida chatarra (*fast-food*), en ambos permanece el gusto y placer por conversar sobre la comida, el interés común en la gastronomía y en las artes culinarias como elementos de gran peso en la emergencia de los innovadores modelos de circuitos cortos de comercialización a los que se hace referencia en estas páginas.

El libro compendia nueve capítulos, y lejos quedamos de presentar casos de todos los países latinoamericanos; tampoco consideramos que las experiencias mexicanas o francesas incluidas sean suficientemente exhaustivas como para ser representativas de estos países. Sin embargo, son

un ejemplo de las realidades que enfrentan quienes construyen estos espacios y muestran que los ciudadanos encuentran, construyen e innovan sus propios sistemas para hacer posible el funcionamiento de los circuitos cortos de comercialización o mercados locales.

En el curso de nuestras investigaciones aprendimos que en la movilización y utilización del término «circuito corto de comercialización» existe una voluntad explícita de posicionamiento político frente al sistema de mercado dominante. Igualmente, observamos que también se trata de un término adoptado por urbanitas en su voluntad de acceder a alimentos sanos. Sin embargo, este afán de encuentro con los alimentos propios del territorio, del lugar, del terruño y limpios no es algo nuevo; es un tema que remite a la venta de los marchantes precolombinos en las plazas de los pueblos y su pervivencia hasta nuestros días con este mismo sistema de mercados semanarios o la modalidad de puerta en puerta. Sin duda, estas expresiones tienen su equivalente en Europa en la enorme riqueza de mercados campesinos. Ciertamente que este tipo de comercio de alimentos no es cuantificable en cifras oficiales, por lo que suele soslayarse su importancia económica, pero en los países latinoamericanos representa el ingreso monetario que muchas mujeres campesinas llevan a sus hogares para solventar los gastos cotidianos de educación, medicamentos o ropa y calzado para sus hijos.

Siendo así, consideramos que el término «circuito corto de comercialización» resulta un tanto limitado para abarcar la amplia gama de las realidades latinoamericanas. El término remite a iniciativas con un posicionamiento político explícito, pero el grueso de los pequeños productores y campesinos que hacen realidad los mercados locales no entran en ese saco. La fuerza y el éxito del reconocimiento social del campesinado radica justamente en el fortalecimiento de sus acciones organizadas, con una postura política que reivindique sus derechos y su importancia social y ambiental.

Los casos de circuitos cortos de comercialización en los contextos tan disímiles aquí expuestos dejan ver que no son un fenómeno aislado de respuesta a condiciones de precariedad económica, como muchas veces lo conciben los responsables de las políticas públicas en Latinoamérica. El sentido de su existencia no responde al concepto de competitividad económica como eje del desarrollo de una región; sus argumentos se centran en el reforzamiento de las relaciones que articulan territorios con una fuerte cohesión social. Los trabajos presentados por Pouzenc y Monachon dejan ver que, en Francia, la emergencia de este tipo de iniciativas se da en un amplio gradiente que configura los espacios rurales y urbanos.

Originalmente, la pregunta inicial de nuestro proyecto era: ¿cómo estas iniciativas de mercados locales alternativos, basados en la proximidad, permitirían una renovación de los sistemas agroalimentarios? Conocemos bien los posicionamientos que tienden a ignorar la importancia económica y social de los circuitos cortos de comercialización bajo el razonamiento de que son una cuestión de moda, un posicionamiento del ciudadano posmoderno, pero que son incapaces de producir los alimentos que demanda la población mundial. Se han expuesto suficientes pruebas para desmentir las afirmaciones con respecto a que los organismos genéticamente modificados (OGM) representan un riesgo real para la humanidad y el ambiente (Drucker 2018). Los ejemplos aquí desarrollados sirven para mostrar que constituyen opciones reales que permiten producir alimentos bajo criterios que priorizan los principios de la agroecología. Esto no significa que no haya aún un sinnúmero de debilidades a resolver en la generación de innovación tecnológica. Por supuesto. Pero esto solo se resolverá con mayor inversión en tiempo y financiamiento dedicados a una investigación que rompa con el paradigma impuesto por el modelo productivista; con una investigación que responda a las necesidades del campesinado, de los pequeños productores y de los consumidores con legítimas aspiraciones de una buena vida.

Si bien el objetivo central del proyecto que dio origen a la realización de las investigaciones que aquí presentamos se centró en los casos mexicanos y franceses, tuvimos la oportunidad de contar con la contribución de colegas galos que abonaron a la presentación de las experiencias en nuestro continente y evidenciaron que Latinoamérica es un laboratorio social de innovaciones sociotécnicas. Era difícil no tener una aproximación al Cono Sur, pues sus trayectorias han dado mucho que aprender en la construcción de mercados locales, en particular por la influencia de políticas de Estado interesadas en modelos alternativos de economía solidaria, entiéndase los países andinos y Brasil.

En las experiencias de los tianguis en México, Brasil, países andinos, igual que en las AMAP de Francia, fue constante la voluntad de los consumidores de acceder a alimentos sanos, definiendo esta calidad como aquellos que se producen bajo los principios y la norma de la agricultura orgánica. En los trabajos aquí compilados puede verse que la puesta en marcha de la misma normativa orgánica está acompañada de fuertes contradicciones. Por un lado, en Francia, al igual que en toda Europa, la tendencia y realidad vigente es la intervención del Estado; mientras que en México esto se ha dado de manera muy reciente y sin tener la capacidad institucional de



ejercer realmente un rol regulador en el manejo del sello orgánico. En los países andinos y Brasil —para el momento en que son estudiados— ha habido una voluntad política de promover estos mercados bajo una norma gubernamental, pues son concebidos como una estrategia de desarrollo local. Desafortunadamente, los partidos políticos de izquierda parecen haber perdido fuerza, y eso ha derivado en el debilitamiento del rol del Estado en la regulación de estos mercados.

### Consumidores-comientes conscientes

Una de las características centrales de los mercados locales que hemos estudiado tiene que ver con el *consom-acteur* en la literatura francesa o con esta idea del «consumidor reflexivo» (Nigh y González 2015). En estas experiencias se trasciende el acto de comprar, pues no se trata de adquirir una simple mercancía sino del alimento que formará parte de nuestro cuerpo. En este sentido, el consumidor se ubica como comiente, ya que más allá de ser un agricultor, un pequeño productor, un campesino o un ciudadano urbano o periurbano, lo que lo define es el acto mismo de comer. El término comiente puede no pasar fácilmente en términos fonéticos, pero se trata de un vocablo en desuso que pone en valor el acto de alimentarse. La comensalidad es central; sin embargo, también es importante saber que este acto es mucho más que la ingesta de proteínas, fibra, minerales y demás componentes del alimento. Ser un comiente reflexivo es saber que en cada bocado estamos expresando algo de nosotros mismos. Elegimos qué comer, con quién, en dónde, cómo prepararlo y por supuesto queremos saber cómo fue cultivado, cómo fue procesado. Para todo esto resulta fundamental saber dónde comprarlo.

Los consumidores-comientes reflexivos buscan salir de ese proceso de estandarización, de homogeneización de la gran distribución propia de la agricultura intensiva y lograr el contacto con aquello que les remite a sus raíces, a lo que liga al ser humano en términos cósmicos con la tierra.

Los mercados locales muestran la participación de agentes que rechazan la visión dominante que considera la tierra básicamente como un sustrato para la producción agrícola y pecuaria al que se da un valor de uso y se le asigna un valor monetario. Una visión holística aparece en el núcleo de estos mercados, considerando la Tierra como planeta cuyo suelo —esa capa donde se desarrollan las raíces de las plantas— es un ente vivo que hay que cultivar, recrear y del cual nos apropiamos. Apropiarse de algo es

hacerlo nuestro, imprimirle nuestro sello, nuestra huella, un elemento que nos permita diferenciarnos. De ese modo, el suelo entendido como ente vivo, como dador de vida lleva implícitos pensamientos y sentimientos de los agentes que participan en los mercados alternativos.

Los capítulos que conforman este libro dejan ver que las experiencias presentadas distan mucho de imágenes idílicas de cooperación social. Finalmente, en estos mercados también existe el ser humano, que lucha y compite por tener siempre el mayor margen de ganancia, de ventaja. No obstante, hemos constatado que en todos los casos existe una conciencia y una voluntad de construir opciones sociales distintas y alternativas a las impuestas por el modelo económico dominante.

### **Los procesos de certificación en los circuitos cortos**

Más allá de las particularidades de los contextos nacionales y regionales de cada una de las experiencias presentadas en este libro, encontramos que en ellas ha habido la voluntad de realizar procesos de revisión e inspección con miras a certificar la calidad de los productos. Pero hacer estas certificaciones no ha sido una tarea fácil, ha requerido remontar —por decirlo de algún modo— la visión de las certificaciones de tercera parte. Esto es, la intervención de un agente externo a los procesos de producción, que ha generado una serie de criterios para determinar si se cumple o no con las reglas de producción. Si bien es cierto que estos procesos de tercera parte se originan dentro de las mismas organizaciones de productores, han evolucionado a complejos y sistemáticos medios de inspección y certificación orgánica (González y Nigh 2005). Nosotros pensamos que quizás el punto de mayor vulnerabilidad es haber hecho de la inspección un simple procedimiento de verificación y no un espacio de retroalimentación entre quien la realiza y los campesinos, los pequeños productores o los procesadores de alimentos.

En esta obra se exponen las dificultades que enfrentan las iniciativas de mercados locales al poner en marcha la certificación interna o los sistemas de garantía. Se trata de proponer no solo en cuestiones técnicas a nivel productivo; es necesaria una innovación social que permita reconstruir la confianza entre quienes ofrecen sus productos y los consumidores. El asunto parece simple si pensamos en los mercados locales como lugares de encuentro en los que no existen intermediarios. Hasta ahí todo va bien; sin embargo, es necesario que estos dos tipos de agentes se comprometan

a cumplir una serie de actividades que exigen, sobre todo, inversiones de tiempo y dinero: realizar la visita a las parcelas de agricultores, ganaderos y procesadores (panaderos, tortilleras, pasteleros, queseros, entre otros).

A los ritmos de vida tanto en la ciudad como en el campo, que son muy demandantes en cuanto a tiempo y trabajo, se suma esta nueva actividad: contribuir activamente en los procesos de certificación participativa o sistemas de garantía. Se ha llamado así a los mecanismos que han establecido las diversas formas de mercados locales en los que participan tantos pequeños productores, campesinos, transformadores de productos y consumidores-comientes para constatar que se cumplan las reglas de una producción respetuosa del ambiente en el campo y limpia en términos sanitarios.

Pero esta tarea supone realizar visitas a las parcelas y seguir los procesos de elaboración artesanal de los alimentos transformados. Los consumidores-comientes no siempre responden positivamente a este llamado y suelen dejar la responsabilidad a un pequeño grupo de quienes devienen una especie de voluntarios, prestos siempre a efectuar las inspecciones. Además, las relaciones entre los mismos generadores de las iniciativas no siempre están marcadas por el sentido de cooperación. Señalar la falta de un compañero entre los productores y procesadores puede significar correr el riesgo de ser evaluado severamente en su momento.

Finalmente, la naturaleza egoísta más primigenia del ser humano está allí, provocando fuertes tensiones que pueden ocasionar situaciones de conflicto, ya que en realidad existe una disputa por la apropiación del nicho de mercado, y eso provoca que la inspección interna ocasione un llamado de atención o hasta la expulsión en caso de no haber cumplido con las reglas del manejo orgánico.

Más allá de las tensiones, hay un control social que lleva o de algún modo obliga a la cooperación, ya que el objetivo explícito de los mercados locales es construir un espacio de armonía, de solidaridad, y esto cobra sentido en las voluntades de encontrar arreglos, soluciones y quizás también tiempos de espera, donde finalmente «el tiempo y las aguas» lo arreglan todo.

Las formas de solidaridad en los mercados locales son muy variadas y algunas son más vanguardistas o comprometidas por lo que respecta a los productores. Si bien en Francia la solidaridad de los consumidores se concreta en el pago adelantado a los productores, en el caso mexicano y, en general, en los casos latinoamericanos, la solvencia económica de sus consumidores y la «falta de costumbre» —como se dice en Chiapas— no

se basan en un pago adelantado. No obstante, los dispositivos de coordinación logran zanjarlo, al asegurar el pago de los precios fijados por los productores.

### ¿Una agroecología para todos?

Las experiencias presentadas en este libro dejan en claro la voluntad de los pequeños productores de practicar la agricultura orgánica. Opción bien consolidada en cuanto a la definición de itinerarios técnicos cuyo seguimiento y cumplimiento se basan igualmente en mecanismos de control ya establecidos y evaluados. Pero esta misma oportunidad de control se ha posicionado como una realidad de constreñimiento y reduccionismo de la realidad de las familias campesinas.

Los marcos normativos desarrollados por la certificación orgánica crearon en paralelo movimientos ciudadanos que dieron respuesta al posicionamiento de una agricultura orgánica de expertos. Esto dio pauta al reconocimiento de la agroecología como ciencia, como forma de vida, como espacio del diálogo de saberes y como apuesta política. En este sentido, los pequeños productores que comercializan en los circuitos cortos se orientan hacia la agroecología.

Si bien es cierto que la apuesta agroecológica en ese contexto aparece como el camino hacia formas de vida sustentables, no podemos permitirnos la ingenuidad. La calificación agroecológica aparece como un segmento de mercado con alto potencial de crecimiento. Igualmente, la intención de regular, reglamentar y certificar se introduce tanto desde iniciativas privadas como desde los gobiernos. México y, en general, los países latinoamericanos estamos lejos de tener un posicionamiento de política pública gubernamental para la producción agroecológica. Afirmamos esto con base en que el marco jurídico de producción orgánica no se emitió hasta 2006 y actualmente —a finales de la segunda década de este siglo— sigue sin contar con el marco institucional que lo respalde. Esperar que la agroecología aparezca en la agenda política llevará sin duda un tiempo más largo.

Un escenario distinto se pinta en Francia. El gobierno de ese país lanzó desde 2013 el proyecto Agroecología para Francia, fuertemente cuestionado por las asociaciones civiles por un tema de incoherencia entre la declaración de interés en la agroecología y lo que se negocia en las relaciones comerciales con Estados Unidos. A nuestro juicio, la mayor dificultad de

la propuesta estriba sobre todo en el siguiente punto, retomado de la carta abierta dirigida al ministro de la agricultura francés por un conjunto de organizaciones en aras de una nueva política agrícola común (PAC):

Si compartimos el objetivo de «producir de otra manera en la agricultura» insistimos en la imperiosa necesidad de evaluar de un modo diferente el desempeño económico, social y ambiental. Los criterios de evaluación estándar basados solo en la productividad por hectárea o en los volúmenes son obsoletos, ya que no toman en cuenta ni la desaparición de los empleos agrícolas ni los subsidios inyectados, ni la degradación de los recursos naturales, ni las emisiones de gas de efecto invernadero (Carta abierta 2014).

La agroecología es un nuevo paradigma cuyos criterios de evaluación no pueden ser los mismos que los del modelo de agricultura productivista. Su viabilidad depende del tipo de sociedad que elegimos. Por ello, reconocemos que el tamaño y el tipo de propiedad en términos jurídicos son fundamentales para la continuidad de la agroecología. Es imposible confiar o imaginar siquiera que el acaparamiento de tierras de tipo privado pueda ser una vía para la agroecología. No se trata de una apuesta tecnológica, sino política, y de la construcción de un mundo con relaciones equitativas en el entramado urbano rural, cada vez más complejo, del mundo.

La idea de hacer una especie de «extracto» de los elementos o principios tecnológicos para ser aplicados en la agricultura comercial de gran escala rompe con el concepto mismo de la agroecología. La agricultura campesina ligada a un territorio es la única capaz de ofrecer las condiciones para practicar la agroecología; de allí el interés de los circuitos cortos de comercialización por apoyar la agroecología asociada a la agricultura campesina.

### **¿Quiénes comercializan sus alimentos en los circuitos cortos?**

La revisión de los circuitos cortos de comercialización nos ha dejado ver que existen distintos tipos de productores. Los países latinoamericanos, al igual que Francia, tienen esa historia de ruralidad marcada por las familias campesinas. Sin embargo, decir campesino en la actualidad no es algo tan simple. Seguimos partiendo de la base de considerar que se trata de unidades de producción cuya fuente principal de mano de obra son los miembros de la familia. En correspondencia, el principal ingreso

económico debería ser el obtenido por la venta de los productos agroalimentarios. La realidad es mucho más compleja, primeramente, porque las familias campesinas han evolucionado y son más dinámicas, tanto por los procesos migratorios como por las actividades a las que se dedican sus integrantes. Ser campesino es ser multifuncional; más allá de su unidad de producción, implica ubicarse en un espacio geográfico más vasto.

Hasta aquí parece fácil saber qué es la agricultura campesina; no obstante, con frecuencia tiende a identificarse con la agricultura familiar. De hecho, en las experiencias presentadas en este libro no siempre se distingue bien a bien cuándo los autores se refieren a una o a la otra. Resulta claro que toda agricultura campesina es familiar, pues la base de su mano de obra son los miembros de la familia. Pero no toda la agricultura familiar es campesina, pues en su funcionamiento se utilizan fuerza de trabajo asalariada e insumos externos, que pueden ser igualmente orgánicos o de síntesis química. La agricultura familiar no tiene el arraigo territorial de la agricultura campesina, por lo que su tejido social comunitario y microrregional está lejos de favorecer el relevo generacional en la agricultura y la reproducción de los saberes locales.

Esta es una discusión que ha sido retomada por diversas iniciativas globales que apoyan la agricultura campesina. La claridad en estas afirmaciones resulta mucho más necesaria, ya que 2014 fue declarado por la FAO año internacional de la agricultura familiar. Esta declaratoria llamó la atención en los debates de política pública, pero el uso del término «familiar» generó y genera la confusión que hemos destacado. De allí la relevancia de enfatizar la diferenciación entre estas categorías. Coincidimos con los señalamientos que hacen la Vía Campesina y la Asociación de Veterinarios sin Fronteras (ASVF) para defender una agricultura familiar, sí, pero campesina y agroecológica (ASVF 2014).

Por otro lado, los campesinos en todo el mundo enfrentan de manera ostensible una mayor separación entre capital y trabajo,<sup>5</sup> lo cual redefine la repartición misma del valor de la producción. Esta es una de las consecuencias económicas directas; sin embargo, existen otras igualmente graves y que probablemente causan mayor daño. Nos referimos a la pérdida de las prácticas de solidaridad y de trabajo colectivo, porque si bien

<sup>5</sup> ¿Cuál es el destino del campesinado en Francia y, en particular, de las realidades de la mano de obra de las explotaciones agrícolas? Esta gran pregunta es ampliamente abordada por la revista *Économie rurale*. Algunos de los autores que ahí publican coinciden en que existe una ampliación de los tipos de explotaciones agrícolas familiares e insisten en esta separación entre trabajo y capital (Olivier-Salvagnac y Coquart 2010:20-34).

se asevera que el trabajo familiar constituye uno de los pilares del campesinado, en realidad depende de una serie de relaciones comunitarias y microrregionales para el intercambio de mano de obra. Latinoamérica es rico en ejemplos de sistemas de tequio o mano vuelta y pago de trabajo a cambio de cosecha. Todo este tipo de entramado social se ve deteriorado e incluso desaparece en la medida en que el trabajo se transforma en mercancía a través del pago de jornales.

Podemos sorprendernos por la pérdida del entramado social comunitario y microrregional en Latinoamérica, pero la situación es mucho más aguda en países como Francia. Guiados por el sentido del mercado, las legislaciones europeas obstaculizan la ayuda familiar en cualquier tipo de actividad económica. Un campesino no puede recibir el trabajo voluntario de sus familiares, amigos o vecinos, pues está obligado ante la ley a pagar un salario y los impuestos correspondientes. En este caso la carga tributaria es tan elevada que rompe de entrada esta opción y se da prioridad a la contratación de mano de obra especializada en esa actividad agrícola específica.

La legislación francesa —inscrita en el marco de la Unión Europea— tiene definiciones claras con respecto al número de horas por semana que puede trabajar uno de los miembros de la familia; en particular cuando se trata de los casos de transmisión de la unidad de explotación familiar o de los hijos menores de 20 años. La cuestión de la mano de obra resulta mucho más compleja que el pago de impuestos. En el caso de un accidente durante la jornada agrícola, la responsabilidad jurídica recae directamente en el dueño de la explotación, lo que hace muy delicado el asunto y limita el margen de maniobra que tienen finalmente las familias campesinas para recrear sus redes sociales de parentesco y comunitarias de reciprocidad.

A nivel global aparece otra opción que permite tener cierto apoyo de trabajo no remunerado para las familias campesinas y familiares. Se trata del World Wide Opportunities on Organic Farms (WWOF), iniciativa que facilita el contacto entre quienes desean realizar un trabajo voluntario a cambio de entrenamiento y aprendizaje en aspectos de agricultura orgánica. Los sitios web aclaran que esta iniciativa no es lucrativa y protege al agricultor ante los riesgos de accidentes que pudieran tener los voluntarios, aunque se advierte que deben ser directamente los voluntarios quienes contraten un seguro que los cubra en caso de accidente y responsabilidad civil. Esta práctica es muy socorrida en Francia por jóvenes que desean pasar una temporada viviendo en el campo, ya sea como solaz o para quienes buscan un espacio de aprendizaje con miras a una posterior

instalación en la agricultura orgánica. Sin embargo, en otros países como Bélgica la legislación tiene menos apertura a esta modalidad y establece mayores controles. Es difícil que se considere voluntario el trabajo no remunerado, ya sea de la familia o de otras personas, ya que para esto «la ayuda debe ser por un corto periodo de tiempo, no planificado, no solicitado, no de aportar valor agregado a la explotación y no da lugar a una remuneración» (Debuire 2017).

Así como hemos señalado la diferencia entre agricultura familiar y agricultura campesina, nos interesa resaltar el uso de distintos términos que designan el espacio donde se lleva a cabo la actividad agrícola, pecuaria o multifuncional de las familias campesinas. Existe una literatura que lo identifica como «finca». Muy particularmente usado en el caló de la producción orgánica, parece ser un concepto neutro y que deja clara su utilización únicamente en este espacio y no en el territorio del que forma parte la propiedad. Otra literatura, más enfocada a un análisis económico y tecnológico, utiliza el término de unidad de explotación, el cual tiende a equipararse con el de empresa. Por su parte, la unidad de producción familiar parece acercarse más al contexto de una familia campesina; no obstante, todos estos términos son básicamente reducciones y simplificaciones de la realidad con miras a su estudio. El funcionamiento holístico y territorial de la agricultura campesina es difícil de aprehender en cualesquiera de los conceptos anteriores, ya que no se limita a la reproducción económica y social de una familia campesina, y se asienta en el territorio y en los patrimonios tangibles e intangibles ligados a sus saberes relacionales.

Concentración de tierras, realización del trabajo agrícola mayormente por jornaleros y, en todo caso, por personas ajenas a la familia campesina son hechos que permiten ser atenuados por la opción de los mercados locales, que reconocen la importancia de la familia campesina, de los pequeños productores, de los procesadores de alimentos a nivel local. No podemos decir que en sí mismos los mercados locales sean la vía que preservará al campesinado, pues el problema es mucho más complejo, pero sí constituye, sin duda, una opción viable y realista para darle mejores oportunidades de existencia.

Pero ser campesino en tiempos actuales no es solo una cuestión del destino por haber recibido una tierra en herencia, es también una elección. Ser campesino implica estar en permanente búsqueda de opciones que permitan la reproducción social de la familia. Encontrar estas vías fuera del modelo productivista agropecuario pareciera ir a contracorriente de la tendencia dominante. Conocer las historias de vida y la caracterización



de los campesinos que participan en los circuitos cortos de comercialización es una tarea pendiente de abordar. Las investigaciones que aquí se presentan se enfocan más específicamente en el funcionamiento de los dispositivos de coordinación, sus retos y problemáticas.

En México se tiene la participación tanto de familias campesinas indígenas y mestizas con un gran arraigo en sus parcelas y su territorio, como de pequeños agricultores de reciente instalación en el medio. El nivel educativo es igualmente diverso, pues están quienes no tuvieron instrucción básica formal y otros que recibieron una formación universitaria. En conclusión, los circuitos cortos de comercialización no marcan una restricción en este sentido.

El nivel organizativo tampoco se plantea como una limitante, pues igualmente participan productores de manera individual que de forma colectiva. Quizás el punto decisivo en este sentido sea marcado por las condiciones de producción del bien que se pretenda colocar en el mercado. Algunos grupos organizados de ganaderos pueden comercializar los quesos artesanales que elaboran, pero también pueden hacerlo ciertos procesadores que fabrican el lácteo sin tener producción de leche. Esta situación se presenta para otros alimentos como miel, café, cacao o tortillas.

Los contextos franceses abordados en este libro muestran que también en ese país los circuitos cortos de comercialización son un espacio abierto para todo tipo de pequeños productores, entre quienes puede encontrar cabida la agricultura campesina. Esto no supone que los pequeños productores que participan en los circuitos cortos de comercialización no enfrenten dificultades por las políticas públicas que ponderan la visión productivista, quizás ahora marcada por un interés positivo hacia la agroecología.

### **Roles y andares de las mujeres**

La introducción a esta obra no puede pasar por alto el papel fundamental que desempeñan las mujeres en la construcción de estos circuitos cortos de comercialización. Su intervención en las fases de producción se hace evidente tanto en la parcela como en los espacios en los que se lleva a cabo la transformación de los alimentos (elaboración de quesos, panes, tortillas, mermeladas, salsas y otros). Las mujeres son también protagonistas en las tareas organizativas de los mercados locales, desde su posición de productoras, procesadoras de alimentos y, por supuesto, como las consumidoras conscientes que mayormente definen la estructura del menú

familiar día a día, y que eligen la calidad de los alimentos que dan a su familia. Son ellas también las poseedoras de un bagaje culinario basado en los recursos locales y tradicionales. Y curiosamente, son también mujeres quienes mayormente dedican su agenda como investigadoras o activistas sociales al tema de los procesos de innovación técnica y social de los circuitos cortos de comercialización.

Un estudio pionero sobre la participación de las mujeres en los tianguis y mercados orgánicos de México asociados a la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos (REDAC)<sup>6</sup> concluye que ellas encuentran ahí un espacio laboral, donde generalmente existe una decidida colaboración de otros miembros de su familia. Quizás el factor económico no sea siempre el más relevante, pero en muchos casos sí significa el ingreso monetario más sustancial de la familia. El estudio recalca las limitantes que enfrentan para el acceso a fuentes de financiamiento y la necesidad de capacitarse en la producción orgánica. En este sentido, las mujeres identifican en los mercados orgánicos una oportunidad para educarse en cuestiones ambientales, lo cual les ha hecho reorientar «sus gustos y preferencias al consumir sus alimentos» (SEMARNAT 2012:49).

En los capítulos de este libro dedicados a describir los contextos y desafíos de los circuitos cortos de comercialización se destaca el rol de las mujeres, ya se trate de emprendedoras, consumidoras conscientes que organizan mercados locales o cultivadoras urbanas, o de las campesinas que como agricultoras comercializan en estos espacios. Dar valor agregado a los alimentos que vienen directamente del campo resulta un camino más fácil, ya que las mujeres aprenden a hacerlo de manera directa. Nos referimos a la presentación de verduras ya cortadas y empaquetadas, listas para su consumo, elaboración de mermeladas, frutas confitadas, tostadas de maíz con diferentes ingredientes que les dan originalidad en apariencia y sabor (uso de betabel y chipilín, entre otros).

Pero, como se dice en cocina, «no todo es miel sobre hojuelas». Uno de los ensayos incluidos en este libro nos adentra en un mundo de susceptibilidades y resentimientos. La colaboración entre mujeres no es necesariamente algo armonioso; no obstante, el hecho de expresar sus sentimientos parece ser, para las mujeres, una forma de empoderamiento.

<sup>6</sup> El estudio fue realizado en cuatro mercados (Chapingo, San Cristóbal de Las Casas, Xico y Xalapa); muestra las principales características de las mujeres en cuanto a edad, escolaridad, estado civil, tipos de vivienda, activos domésticos y nivel de ingresos. Los datos del estudio no muestran relaciones directas de manera específica entre las variables (SEMARNAT 2012).

Llamará la atención del lector el hecho de que la milpa aparezca asociada con nombres de iniciativas de comercialización en circuito corto tanto en Jalisco y en Chiapas, y no es fortuito, ya que sigue siendo «lo que dice el corazón» de las mujeres que proponen el ancestral sistema de cultivo como identidad de sus proyectos. La milpa sigue siendo identificada como fuente de alimento y la vía para la conservación de la biodiversidad y las relaciones sociales entre los grupos sociales.

Lejos estamos como sociedad de subsanar las desventajas sociales de la falta de reconocimiento al trabajo invisible de cuidados que realizan las mujeres. Este aparece en la comprensión intuitiva y reflexiva de las mujeres campesinas que cuidan los traspatios como fuente de biodiversidad e igualmente está presente en la compra de alimentos sanos por las mujeres urbanas, quienes normalmente gestionan el presupuesto familiar y la composición del menú semanal. La biodiversidad para las mujeres campesinas significa la conservación de material genético y un acceso más diversificado a opciones alimentarias para su familia. Es también la vía para comercializar alimentos en los circuitos cortos con un valor agregado bajo las consideraciones de los consumidores-comientes reflexivos.

El trabajo de las mujeres en torno a la selección de los alimentos que integrarán el menú familiar se debate entre riesgo alimentario, buen precio y practicidad de consumo. La construcción del gusto por lo sano y limpio y por seguir la tradición son elementos que las mujeres expresan como preocupación al elegir sus alimentos. Los mercados públicos aparecen como el lugar preferido para realizar las compras por considerar que ofrecen productos más frescos que los supermercados. En este sentido, los circuitos cortos brindan grandes oportunidades de crecimiento como espacio de acceso a alimentos sanos y a la construcción social del gusto alimentario, donde las mujeres tienen mucho que decir a través de su larga historia en los trabajos de cuidados.

### *El rol de los investigadores*

No debemos ocultar, por lo demás, el hecho de que la dinámica de los circuitos cortos de proximidad entraña formas muy contrastantes y origina la necesidad de contar con un dispositivo que vigile y dé prospectiva para responder a la vez a los desafíos teóricos y operacionales. Identificar los factores estructurantes, así como las señales débiles, permitirá a los productores, a sus colectivos y a los poderes públicos ganar en reactividad/

combatividad frente a un contexto que se anuncia muy fluctuante en los años por venir. Una parte fundamental de esta investigación consiste en tomar distancia frente a las evoluciones globales de la demanda social (por ejemplo, la difusión planetaria de las ideologías del desarrollo sustentable) y desenredar las dinámicas regionales y locales. Pero lo esencial de los estudios conducidos hasta ahora no permite esta toma de distancia porque el funcionamiento de los circuitos cortos es abordado a partir de pesquisas en contextos precisos, sea en los países septentrionales o meridionales. Igualmente se hace necesario realizar trabajos comparativos que permitan una lectura profunda de los hechos sociales que explican su desarrollo.

Un enfoque interdisciplinario (geografía, agronomía, economía, socioantropología) permitirá asir mejor las dinámicas actuales de estas iniciativas (multiplicación, diversificación, hibridación), las características y trayectorias de los implicados, tanto del lado de los productores como del de los consumidores, las modalidades de construcción de los acuerdos entre ambos, concernientes a las técnicas de producción y la calidad de los productos (certificación participativa, intercambio de conocimientos agronómicos), los puntos de colaboración o de desacuerdo frente a otros actores agrícolas o públicos.

### **Tejiendo el hilo de nuestra historia**

Una larga amistad y colaboración académica entre los coordinadores de esta obra se fue tejiendo en los ires y venires entre Tolosa y San Cristóbal de Las Casas, desde hace ya más de 20 años. Nuestros roles como investigadores y ciudadanos en la búsqueda de un mundo mejor nos han llevado a poner un grano de arena en otras trincheras. Así, Alma Amalia González ha sido promotora en la fundación del tianguis orgánico de San Cristóbal de Las Casas, Ronald Nigh es agricultor orgánico del mismo tianguis y Michael Pouzenc, en Francia, participa activamente en el asesoramiento de iniciativas de agricultura campesina. Estas historias personales nos permitieron elaborar el proyecto ECOS Nord de cooperación México-Francia que sirvió de financiamiento semilla para hacer posibles los encuentros entre quienes hemos colaborado en esta obra.

El texto de Ronald Nigh retoma la propuesta de Humberto González (2012) sobre la reconfiguración agroecológica para explicarnos cómo suceden los cambios hacia la agroecología. Muestra que la agroecología va ganando espacio y no como resultado precisamente de una «voluntad

política»; este avance se basa en el reconocimiento que hacen los actores de los daños causados por la agricultura productivista al ambiente y a la salud humana y, desde luego, de su inviabilidad económica. Este autor pone el punto sobre las íes al enfatizar que el problema de fondo es el deterioro del suelo. El falso postulado de considerarlo como sustrato y no como un ente vivo nos ha conducido a la pérdida de la base sustantiva de la producción de alimentos y de la vida en el campo.

El lector encontrará en el escrito de González Cabañas y Durand «Comercio justo, mercados locales, los retos de la replicabilidad y del cambio de escala. Análisis de casos latinoamericanos» las reflexiones de los autores que apuntan a un cuestionamiento sobre la viabilidad para replicar las experiencias, y que dejan en claro que la respuesta está en función de los contextos locales, donde la voluntad política de los gobernantes puede contribuir a solucionar las dificultades para reproducir tales iniciativas. Consideran que será fundamental no apostar por modelos predefinidos, ya que se requiere una permanente capacidad de innovación social.

En «Comercio justo y circuitos cortos de comercialización: el rol del estado en Brasil», Gilles Maréchal muestra cómo el gobierno brasileño estuvo verdaderamente a la vanguardia en el fomento a los circuitos cortos de comercialización, pues llegó a incorporarlos en su marco jurídico y puso además a la vista la estrecha relación entre los principios del comercio justo y los circuitos cortos de comercialización. Sin duda, el seguimiento de estas decisiones debe verse desde la perspectiva de los cambios hacia gobiernos menos comprometidos socialmente —por decirlo de algún modo—.

La evolución de las AMAP en la región Midi Pirineos es abordada en su turno por Michaël Pouzenc. El autor muestra la articulación de las territorialidades rurales y urbanas. Sus reflexiones le permiten considerar que la existencia de estas iniciativas va más allá de las preocupaciones posmodernas; es sobre todo una expresión de la forma de vida en las ruralidades contemporáneas de Francia.

La voluntad de hacer el ejercicio comparativo entre México y Francia, guía el trabajo de David Monachon, quien explica cómo se están llevando a cabo los procesos de institucionalización en las iniciativas francesas de las AMAP y los mercados alternativos de México, a partir de la experiencia del estado de Tlaxcala. El rol del Estado vuelve a estar a debate, en aras de hacer posible la institucionalización de los sistemas de garantía que den confianza a los consumidores sobre la calidad de sus alimentos. Así, sus indagaciones nos muestran las innovadoras respuestas de los grupos

sociales para construir dinámicos sistemas de garantía que den confianza a sus adherentes.

Cynthia Gutiérrez, en «Aspectos sociales que inciden en la configuración de los consumidores reflexivos», expone su análisis a partir de un grupo focal conformado por mujeres en San Cristóbal de Las Casas. Este trabajo se adentra en las motivaciones que conducen a la elección de uno u otro alimento. Los cambios en el ritmo de la vida urbana para las mujeres exige el desarrollo de más actividades en menos tiempo, y eso deja la selección de los alimentos en cierta vulnerabilidad. Si bien otros miembros de la familia pueden influir en la selección de un alimento, la mujer —generalmente madre de familia— es quien decide y pone en la balanza no solo consideraciones de tipo económico, sino que incluye igualmente aquellas que remiten a lo sano, al buen sabor o a lo hecho en casa. El marco teórico que presenta la autora constituye también un referente fundamental para futuras investigaciones que profundicen sobre el consumidor reflexivo.

Una enorme fortaleza de esta obra es la de contar con colaboradores que conocen desde hace tiempo los casos de estudio que nos presentan, sin por ello haber perdido su capacidad crítica y de asombro. Norma Helen Juárez y coautores han elaborado el texto denominado «Circuitos cortos de comercialización en Jalisco, avances y retos». De cierta manera es emblemático incluir el estado de Jalisco en esta compilación, ya que allí se gestó la iniciativa pionera de circuito corto de comercialización en México y parece haber motivado un *boom* de gran variación de experiencias que vinculan a pequeños productores agrícolas y consumidores urbanos, y que son al mismo tiempo un elemento de cohesión social para la gente del campo.

En este texto introductorio señalamos sobre los retos que implica la certificación participativa en su aplicación práctica. Con el fino conocimiento de las dificultades técnicas y las emociones que se entrelazan, Antonieta Carolina Reyes Gómez y Alma Amalia González Cabañas presentan «Entre lo sano y lo cercano: construcción de una opción de certificación participativa», un trabajo que describe la experiencia de San Cristóbal de Las Casas, Chiapas. Las autoras encuentran la necesidad de un constante proceso educativo entre productores y consumidores para que pueda establecerse un sistema de certificación participativa.

Los circuitos cortos de comercialización han tenido una influencia o motivado la emergencia de otros proyectos. Es así como Chloé Barbier, Hélène Guetat-Bernard y Alma Amalia González Cabañas retoman una expresión coloquialmente usada en español, retomada de las

lenguas mayenses,<sup>7</sup> para entregar el texto titulado «¿Qué dice tu corazón? Alimentación y emociones: la ambigüedad del cuidado de un comedor comunitario». Los circuitos cortos de comercialización cobran diversas formas, y si bien algunos de ellos no logran consolidarse como estrategia de comercialización, son una vía para reformular las relaciones interpersonales y fomentar el autorreconocimiento de las mujeres, seres ligados íntimamente con el cultivo y la elaboración de los alimentos que ponemos en nuestros platos.

Dejamos pues al lector en sus manos esta obra, que sin duda es imperfecta, pero que se ha esmerado por recuperar campos de estudio poco abordados con una visión multidisciplinaria. Esperamos que sea una invitación a conformar nuestros platillos alimentarios y académicos al influjo de sabores de tradición, aderezados con sustentabilidad agroecológica, racionalidades campesinas y decires del corazón.

## Bibliografía

### AGRONOMES ET VÉTÉRINAIRES SANS FRONTIÈRES

2014 *Dossier Média. Agriculture paysanne et familiale*, en <[https://www.avsf.org/public/posts/1603/avsf\\_dossier\\_media\\_agriculture\\_paysanne\\_et\\_familiale.pdf](https://www.avsf.org/public/posts/1603/avsf_dossier_media_agriculture_paysanne_et_familiale.pdf)> [consulta: 15/03/2018].

### CARTA ABIERTA AL MINISTRO DE AGRICULTURA DEL GRUPO PAC

2014 París, 17 marzo, en <<https://terredeliens.org/un-projet-agro-ecologique-pour-la-333.html>> [consulta 15/03/2018].

### CHARLERY DE LA MASSELIÈRE, BERNARD Y GRANDJEAN PERNETTE

2008 «Cafés et caféiers, Matières, itinéraires et imaginaires de la mondialisation», *Revue Etudes Rurales*, 180, París, Editions EHESS, pp. 9-14.

### DEBUIRE, LUCILE

2017 «Déclarer la main-d'œuvre familiale pour être serein. Réussir Vigne», en <<https://www.reussir.fr/vigne/actualites/declarer-la-main-d-uvre-familiale-pour-etre-plus-serein:7U2YC2YR.html>> [consulta: 10/03/2018].

<sup>7</sup> En la vida cotidiana sancristobalense las lenguas retoman expresiones unas de otras. El saludo al momento de un encuentro «¿cómo estás, cómo te va?, es remplazado al traducir directamente de una lengua mayense —en este caso del tsotsil *¿k'usi xal a' voòn?*—, expresión que pregunta '¿qué dice tu corazón?' Sin pretensión de una opinión especializada en lingüística, el corazón aparece como el centro de las emociones.

DRUCKER, STEVEN M.

2018 *Genes alterados, verdad adulterada. Cómo la empresa de los alimentos modificados genéticamente ha trastocado la ciencia*, Barcelona, Icaria.

DUBUISSON-QUELLIER, SOPHIE (DIR.)

2004 «Faire le marché autrement : l'abonnement à un panier de fruits et légumes comme forme d'engagement politique des consommateurs», *Sciences de la Société*, 62, PUM, Toulouse, pp. 145-167.

ESCALONA AGUILAR, MIGUEL ÁNGEL

2009 *Los tianguis y mercados locales de alimentos ecológicos en México: su papel en el consumo, la producción y la conservación de la biodiversidad y cultura*, tesis doctoral inédita, Instituto de Sociología y Estudios Campesinos, Universidad de Córdoba, España.

GONZÁLEZ CABAÑAS, A. Y RONALD NIGH

2005 «Smallholder participation and certification of organic farm products in Mexico», *Journal of Rural Studies*, 21, pp. 449-460. en <[https://www.researchgate.net/publication/223032196\\_Smallholder\\_Participation\\_and\\_Certification\\_of\\_Organic\\_Farm\\_Products\\_in\\_Mexico](https://www.researchgate.net/publication/223032196_Smallholder_Participation_and_Certification_of_Organic_Farm_Products_in_Mexico)>.

GONZÁLEZ, HUMBERTO

2012 «Agroecological Reconfiguration: Local Alternatives to Environmental Degradation in Mexico», *Journal of Agrarian Change*, 12(4), pp. 484-502.

GREGER, M.

2007 «The human/animal interface: Emergence and resurgence of zoonotic infectious diseases», *Critical Reviews in Microbiology*, 33, pp. 245-299.

LAMINE, CLAIRE

2008 *Les AMAP, un nouveau pacte entre producteurs et consommateurs?*, Francia, Gap Yves Michel.

MORA OLIVIER (COORD.)

2008 *Les nouvelles ruralités à l'horizon 2030: des relations villes-campagnes en émergence?*, Versailles, Quæ.

MUNDLER, PATRICK (DIR.)

2006 *Fonctionnement et reproductibilité des AMAP en Rhône-Alpes*, Lyon, Isara.

NIGH, RONALD Y ALMA AMALIA GONZÁLEZ CABAÑAS

2015 «Reflexive consumer markets as opportunities for new peasant farmers in Mexico and France: Constructing food sovereignty through alternative food networks», *Agroecology and Sustainable Food Systems*, 39(3), DOI: 10.1080/21683565.2014.973545



OLIVIER-SALVAGNAC, VALÉRIE Y DOMINIQUE COQUART

2010 «Les AMAP : une alternative socio-économique pour des petits producteurs locaux?», *Économie rurale*, 318-319, pp. 20-34.

OLIVIER-SALVAGNAC, VALÉRIE, MICHAËL POUZENC Y JEAN PILLEBOUE

2011 «AMAP et Points de Vente Collectifs de Producteurs: questions sur leur essor en Midi-Pyrénées», en Jean-Baptiste Traversac (coord.), *Circuits courts: contribution au développement régional*, París, Educagri éditions, pp. 115-126.

PANEL MUNDIAL SOBRE AGRICULTURA Y SISTEMAS ALIMENTARIOS PARA LA NUTRICIÓN

2016 *Sistemas alimentarios y dietas: enfrentar los desafíos del siglo XXI*, Londres, en <[https://www.fuhem.es/media/cdv/file/biblioteca/Dia\\_Mundial\\_Alimentacion/Sistemas\\_alimentarios\\_y\\_dietas\\_Resumen\\_esp.pdf](https://www.fuhem.es/media/cdv/file/biblioteca/Dia_Mundial_Alimentacion/Sistemas_alimentarios_y_dietas_Resumen_esp.pdf)>.

PÉREZ AKAKI, PABLO, ALMA AMALIA GONZÁLEZ CABAÑAS Y WILSON PICADO (COORDS.)

2018 *Saberes de origen. Experiencias de México y Centroamérica*, México, FES Acatlán-UNAM.

PLOEG, JAN DOUWE VAN DER, YE JINGZHONG Y SERGIO SCHNEIDER

2012 «Rural development through the construction of new, nested, markets: comparative perspectives from China, Brazil and the European Union», *Journal of Peasant Studies*, 39(1), pp. 133-173, DOI.org/10.1080/03066150.2011.652619

POLLAN, MICHAEL

2008 *In Defense of Food*, Nueva York, Penguin Press.

POULAIN, JEAN-PIERRE

2002 *Sociologies de l'alimentation*, París, PUF.

POUZENC, MICHAËL ET AL.

2008 «Les relations de proximité agriculteurs-consommateurs: Points de vente collectifs et AMAP en Midi-Pyrénées», Reporte de investigación, Toulouse, UMR Dynamiques Rurales.

SAMBERG, L. H., J. S. GERBER, N. RAMANKUTTY, M. HERRERO, Y P. C. WEST

2016 «Subnational distribution of average farm size and smallholder contributions to global food production», *Environmental Research Letters*, 11(12), DOI: org/10.1088/1748-9326/11/12/124010.

SECRETARÍA DEL MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES (SEMARNAT)

2012 «Mujeres y tianguis orgánicos en México», México, SEMARNAT.

SEUFERT, V., N. RAMANKUTTY Y A. J. FOLEY

2012 «Comparing the yields of organic and conventional agriculture», en *Nature*, 485, pp. 229-232, DOI: 10.1038/nature11069

VINCQ JEAN-LOUIS, BERNARD MONDY Y JEAN-PASCAL FONTORBES

2010 «La construction de la qualité fiable dans les réseaux alimentaires de proximité», *Économie rurale*, 318-319, pp. 5-19.



## La reconfiguración agroecológica en las redes alimentarias territoriales

Ronald Nigh<sup>1</sup>

Existe un amplio consenso con respecto a que en las primeras décadas del siglo xx hemos entrado en una crisis alimentaria y nutricional global (parte de una más general) y que nuestro sistema actual de producción y distribución de alimentos acusa graves deficiencias y requiere una profunda transformación (De Schutter 2014; Connor y Mínguez 2012; Weis 2010; IAASTD 2008; Ponisio y Ehrlich 2016; Panel Mundial 2016, entre otros).

Sin embargo, el modelo propuesto para esta transformación varía drásticamente según los intereses y la orientación ideológica de quienes lo plantean (Holt y Shattuck 2011).

En este ensayo examinamos los procesos de innovación que han surgido ante dicha crisis y en particular las propuestas novedosas protagonizadas por unos 380 millones de familias de pequeños agricultores en el mundo y sus consumidores directos (Lowder, Skoet y Singh 2014; Samberg et al. 2016). Este sector, ya sumamente importante para la seguridad y soberanía alimentarias de cada región —pues produce más de 70 % de las calorías de sus respectivas localidades y 50 % a nivel global (Samberg 2016)— ha sido la fuente principal de innovación social en el sistema agroalimentario en México y América Latina.

Esta situación se debe a tres acercamientos sociales en lo que constituye un diálogo de saberes entre el campo y la ciudad. Primero, hay un

<sup>1</sup> Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social-Sureste

acercamiento de los pequeños productores con la ciencia, en particular con la agroecología. Contrasta con las innovaciones que sustentan una agricultura de tipo industrial, primero porque plantea una transición hacia la sustentabilidad y a una mayor independencia con respecto a los insumos técnicos de origen externo, en particular de los agroquímicos (Altieri y Toledo 2011). Segundo, el enfoque agroecológico permite una transformación tecnológica que parte de las prácticas tradicionales de producción, en particular recoge el conocimiento local de los campesinos que usualmente es descartado por la agronomía convencional (Martínez y Rosset 2014; Vandermeer y Perfecto 2013; Altieri y Toledo 2011). Tercero, el enfoque agroecológico también ha permitido la captura de un nuevo mercado de circuito corto mediante un acercamiento con los consumidores en la creación de redes alimentarias territoriales (Nigh y González 2015; Higgins, Dibden y Cocklin 2008). Además, ha habido una aproximación muy importante entre los mismos campesinos en movimientos hasta de alcance global. Notablemente, La Vía Campesina (LVC) afirma agrupar 200 millones de familias campesinas en el mundo (Martínez Torres y Rosset 2010).

Este ensayo analiza estos temas en el contexto de los sistemas agroalimentarios territoriales, con referencia geográfica del sur de México, donde el autor ha trabajado durante tres décadas con los pequeños agricultores de la milpa y del café orgánico, principalmente (Nigh 2008; Nigh y Diemont 2013; Nigh 1997; González y Nigh 2005; Hernández y Nigh 1998; Ford y Nigh 2015).

Cabe mencionar que es notable en particular la contribución de las mujeres a los procesos de reconfiguración de los territorios agroecológicos. Su función en la innovación agrícola ha sido poco reconocida; sin embargo, ante el proceso cada vez más evidente de la feminización de la agricultura, muchas veces las mujeres son la fuente de innovación y de creatividad en las respuestas del campo a los retos de la crisis ambiental (Federici 2010; Olivera et al. 2014; Nigh y González 2015).

### **La reconfiguración agroecológica**

El régimen alimentario del capitalismo global y la agricultura industrial que promueve se ha impuesto en casi todos los rincones del mundo pasando por encima de los saberes locales, los cuales son visualizados como atrasados, primitivos o inútiles (Toledo y Barrera-Bassols 2008). Esta

tecnología de producción, que se basa en la alta dependencia de la energía fósil, el uso desmedido de los insumos químicos y la pérdida de biodiversidad en la forma de semillas locales y de los organismos que habitan los agroecosistemas privilegia la búsqueda exclusiva de rendimientos y ganancias comerciales altas a través de los monocultivos y los insumos artificiales. Con este aparato tecnológico han salido beneficiados principalmente sus dueños, las corporaciones transnacionales, mientras que las personas del medio rural ven sus ingresos mermados por los altos costos de los insumos y el intercambio desigual con el exterior. Al entrar en estructuras de endeudamiento, los agricultores se ven confrontados a aceptar el esquema o a resignarse a perder sus tierras con los bancos y ante tal disyuntiva van desligándose de su entorno para dar un giro a su estilo de vida y dejar atrás toda una historia de los territorios como construcciones sociales locales a partir del trabajo colectivo. La gente joven muestra poco interés en seguir en el campo, así como una pérdida gradual de la memoria, de la identidad y de los conocimientos de las comunidades rurales, y protagoniza fenómenos de migración en masa hacia las zonas urbanas (Del Castillo 2013; Vandermeer y Perfecto 2013).

Sin embargo, los agricultores no dejan de observar el deterioro, en particular del suelo, que frecuentemente ocurre bajo las formas «intensivas» de explotación y eventualmente se ven en la necesidad de buscar alternativas. González propone que:

Quando la actividad agrícola ha alterado el ecosistema en donde se practica y los productores encuentran difícil seguir produciendo, emergen varias iniciativas colectivas para enfrentar el problema. Me refiero a las prácticas colectivas realizadas con el fin de revertir la degradación del ambiente y recuperar la productividad y la rentabilidad, basándose en formas sostenibles y responsables de producción, como la *reconfiguración agroecológica* (González 2012: 485).

La reconfiguración agroecológica, la reinención de la praxis agropecuaria ante las contradicciones biofísicas y culturales de la agricultura industrial, se nutre de fuentes tradicionales, de la memoria biocultural de los agricultores, pero también de los avances recientes en las ciencias de la sustentabilidad y de las nuevas demandas de los mercados. Se trata de un diálogo de saberes en que «la superioridad de un determinado saber deja de ser definida por el nivel de institucionalización o profesionalización de dicho saber para pasar a ser definida por su contribución pragmática

para una determinada práctica» (Santos 2011). Sin embargo, no se trata de una cuestión meramente de tecnología agrícola; es una visión alternativa de la naturaleza y del lugar del ser humano en ella, que se manifiesta en las prácticas agroalimentarias de la sociedad y se dibuja igualmente en aquellas ciencias cuyas nociones con respecto a la fertilidad del suelo, la salud ecológica y la evolución de la materia viva en la tierra pasan por ese proceso de reconfiguración.

### **La agroecología y el microbioma planta-suelo**

La más radical transformación que propone la agroecología del paradigma de las ciencias agrícolas contemporáneas es la concepción y el manejo del suelo como una unidad funcional, un ecosistema que incluye desde los humanos y «sus» plantas hasta el vasto e invisible microbioma planta-suelo. La visión lineal de la fertilidad del suelo es la de un sistema físico y químico, esencialmente muerto, que se mantiene de un flujo lineal de insumos de nutrientes a través del suelo y las plantas y su salida como cosecha o desecho (Scholes y Scholes 2013). La visión lineal del proceso posee una dimensión socioeconómica también al apoyar un modelo que incorpora el uso intensivo de insumos industriales, que representa un negocio anual multimillonario (Panel Mundial 2016). El suelo se define tradicionalmente como una cobertura derivada de la intemperización de piedra base, que interacciona con la materia orgánica, parcialmente descompuesta, pero excluyendo a los organismos vivos. Aunque en realidad, como espacio de interacción de la planta con su medio, el suelo es el sitio de las relaciones de señalamiento bioquímico mediadas por los microorganismos, un complejo sistema vivo. Las raíces, antes consideradas como simple ancla de la planta y órgano de absorción de agua y nutrimentos, ahora se reconocen como agente clave en esta interacción.

El microbioma planta-suelo abarca la reserva microbiana de virus, procariotas (bacterias) y eucariotas (plantas, fungi y animales) de funciones diversificadas asociadas con los diferentes hábitats o nichos que ofrece una planta anfitriona. Estos nichos de la planta van desde el organismo entero hasta los órganos específicos (raíces, hojas, tallos, flores o semillas), incluyendo la zona del suelo que envuelve la raíz: la rizosfera (Rout y Southworth 2013). La raíz entra en relación compleja con los microorganismos del suelo —benéficos y patógenos—, recibe señales químicas de ellos y responde con compuestos bioquímicos en la forma de exudados

radicales (Bais et al. 2006). Los exudados crean un ambiente característico para cada planta, sobre todo en la zona de la rizosfera. Estos compuestos incluyen azúcares, aminoácidos, flavonoides, ácidos alifáticos, proteínas y ácidos grasos (Badri et al. 2009) que crean las condiciones para un microbioma que promueve el desarrollo de la planta. Además, contribuyen a crear una estructura de agregados del suelo que favorece el desempeño del sistema radicular de la planta y facilita la entrada de agua y aire (Six et al. 2004).

Estas interacciones son importantes para la agricultura porque los microorganismos son capaces de influir en la productividad, la diversidad y la salud de la comunidad de plantas, incluyendo los cultivos. Además, las plantas son también capaces de influir en la composición, diversidad y funcionalidad del microbioma. La planta invierte hasta 40 % del producto de su fotosíntesis en estos exudados, que además son el aporte más grande de carbono orgánico al suelo (Chaparro et al. 2012). Es la compleja ecología del microbioma planta-suelo que ha sido perturbado por la aplicación de agrotóxicos en la agricultura industrial, con el resultado de su degradación paulatina.

Las plantas, incluyendo los cultivos, interaccionan con un gran número de microorganismos que habitan el suelo y en particular la zona que envuelve las raíces. Durante varios años de investigación se han documentado los efectos de esta interacción (Bais et al. 2006). El interés de los científicos se enfocó originalmente en el impacto de los patógenos en la producción agrícola, pero durante los últimos años se han descubierto asociaciones benéficas entre los componentes del bioma; de hecho, parece que los efectos dañinos de los microorganismos en las plantas son menores en comparación con los efectos benéficos para la salud de la planta-suelo incluso, por ejemplo, por la supresión de los microbios patogénicos.

Hasta ahora, la mayor parte de los microbiólogos se ha enfocado en las interacciones de una planta individual y un tipo específico de bacteria u hongo. Pero se vuelve evidente que esta simplificación no capta la complejidad de la situación, en la que parece haber interacción con el microbioma como un conjunto funcional. Esto indica que existe la posibilidad de manejo a nivel del microbioma planta-suelo para influir en la productividad y la salud de los cultivos (Chaparro et al. 2012; Lakshmanan, Selvaraj y Bais 2014). Contamos con pocos estudios de un sistema de manejo agrícola tradicional como milpa en cuanto a su impacto sobre el microbioma planta-suelo (Álvarez-Solís y Anzueto-Martínez 2004). Sin embargo, los estudios hechos hasta ahora indican que lo más relevante son las interacciones



del microbioma del suelo como conjunto con las plantas, y es en ese nivel integral en el que pueden influir las prácticas agroecológicas para beneficiar la producción y la biodiversidad.

Una conclusión inmediata de este nuevo entendimiento del suelo es que los fertilizantes químicos y el cultivo mecánico no pueden sustituir la actividad biológica para mantener la fertilidad, como ha afirmado durante muchos años la agronomía convencional. El resultado más probable de aplicar ese enfoque equivocado en el campo es la erosión y compactación de los suelos y la paulatina reducción de la productividad. Es ampliamente reconocido que un efecto negativo de la agricultura moderna ha sido precisamente un deterioro generalizado de la mayor parte del suelo en todo el mundo contemporáneo (Pimentel y Lehman 1993; Soulé, Carré y Jackson 1990). Justamente por este mal enfoque, la descuidada actividad biológica del suelo se ha convertido en el factor más limitante de la producción en la mayor parte de los suelos agrícolas de América Latina. Parece poco probable que una estrategia basada en una concepción química que descuida la vida del suelo sea una solución efectiva al problema de la baja productividad actual del campo, porque ningún elemento de esa estrategia corrige este factor limitante. Para llegar a una estrategia más adecuada tendríamos que partir de una concepción ecológica que tome en cuenta el microbioma del suelo como objeto de manejo.

### **El café orgánico en México, ejemplo de reconfiguración agroecológica**

El café es una de las mercancías agrícolas globales más antiguas. La leyenda ubica su descubrimiento en Etiopía en el siglo IX. Las primeras plantaciones extensas se establecieron en lo que ahora es Yemen. Se exportaba a todo Medio Oriente desde el puerto de Mocha, nombre aún asociado con el café en todo el mundo. Después de su «descubrimiento» por los europeos, el café llegó a ser la bebida de moda durante el siglo XVII, surtido a través del comercio veneciano. Sin embargo, en la actualidad 70% del abasto mundial del grano se produce en el continente americano, donde fue introducido en las postrimerías del siglo XVIII. En México, el café se sembró primero en Veracruz. Incorporado como planta del sotobosque a los sistemas agroforestales tradicionales indígenas, la cafecultura tomó características que aún persisten en los cafetales mexicanos: sombra natural, diversidad de plantas y suelos con alto contenido de materia orgánica (Moguel y Toledo 1999).

Bajo la política de concesiones del régimen porfirista, los europeos establecieron nuevas plantaciones cerca de la costa del Pacífico de Chiapas. Esta región, conocida como el Soconusco, llegó a ser la primera exportadora de café del país. Después de la reforma agraria de la Revolución mexicana, los propietarios de las grandes fincas buscaron proteger sus tierras al ceder algunas parcelas periféricas a sus peones bajo el sistema del ejido, quienes después empezaron a producir café para sus antiguos amos. Eventualmente, los trabajadores migratorios de los Altos de Chiapas, principalmente tsotsiles y tseltales mayas, llevaron algunas plantas a su regreso a casa y gradualmente establecieron las plantaciones de los Altos. Desde los años setenta del pasado siglo, los Altos se ha convertido en una región cafetalera importante y territorio de varias cooperativas de pequeños productores orgánicos que han sido tema de varias investigaciones.

En este contexto ocurrió un proceso de reconfiguración agroecológica. Las nuevas cooperativas independientes que surgieron en la década de 1990 fueron motivadas por:

- Recuperar el reconocimiento de la calidad de su café en el mercado internacional.
- Restablecer la productividad del suelo de los cafetales dañados por los procesos de intensificación.
- Obtener un mejor precio al eliminar intermediarios y relacionarse más directamente con sus consumidores.

Para alcanzar esas tres metas se partiría de la organización en cooperativas que habrían de tomar parte en el mercado internacional (y nacional) de café orgánico (Nigh 1997; 2002).

Chiapas es el principal productor mundial de café orgánico; 18 000 toneladas anuales son logradas por más de 60 000 productores, «una tercera parte de los cuales son mujeres indígenas y campesinas que cultivan los cafetos bajo la sombra de árboles nativos, sin usar agroquímicos para evitar contaminar la tierra» (Mariscal 2011).

Los retos de las cooperativas independientes para mantener su posición en el mercado mundial siguen siendo tremendos. Uno de los más difíciles a nivel técnico ha sido la expansión de la roya (el hongo *Hemileia vastatrix*) (Vandermeer, Perfecto y Philpot 2010), una plaga que ha hecho mucho daño al sector en los últimos años. Estos autores sostienen que los procesos de intensificación de la producción cafetalera de los últimos 30 años, iniciados por el Instituto Mexicano del Café (Inmecafé) y seguidos

por programas gubernamentales hasta el presente, han creado las condiciones favorables para el brote severo de dicha plaga.

Los campesinos en distintos territorios han tomado conciencia de la necesidad de devolver la vida a los suelos y eso en muchos casos motiva la reconfiguración agroecológica. El empleo de composta, microorganismos nativos, abonos verdes, horticultura y otras prácticas agroecológicas se observa cada vez más en el campo latinoamericano, por no hablar de otras regiones. La técnica que aborda directamente el asunto del microbioma del suelo es el uso de «microorganismos de montaña» o microorganismos nativos (Funes y Vázquez 2016). Esta práctica parece haber iniciado con los campesinos de Cuba, desde donde se ha difundido por todo el continente. Aunque todavía en etapa preliminar, algunas organizaciones chiapanecas han reportado éxito en controlar la roya al reproducir microorganismos de suelos bajo plantas sanas en áreas afectadas por el hongo. Un buen ejemplo de manejo a nivel microbioma consiste en cultivar en el territorio microbios, en especial otros hongos de suelos naturales para inocular los campos de producción. Es un ejemplo de cómo los campesinos han desarrollado nuevas técnicas para el manejo del bioma del suelo, como también lo son la fabricación de diferentes clases de compostas y los téis inoculantes.

### **Redes alimentarias territoriales y comercio de circuito corto**

La preocupación por las contradicciones biofísicas y sociales de la agricultura industrial y el régimen alimentario global es compartida tanto por los agricultores como por sus consumidores directos. En recientes años han surgido las redes alimentarias alternativas que son iniciativas territoriales para acercar a los productores campesinos con los consumidores (comercio de circuito corto) y buscar sus intereses comunes, principalmente la producción sustentable de alimentos sanos y culturalmente apropiados (Higgins, Dibben y Cocklin 2008).

El enfoque de sistemas agroalimentarios territoriales privilegia la dimensión espacial en cuanto a construcción social. La agroecología, más allá de una praxis tecnológica para cultivar, tiene que ver con un contexto de la transición a la sustentabilidad socioecológica en un territorio. Las prácticas (*praxis*) se desprenden de la racionalidad material (*cognos*) y la cosmovisión (*kosmos*) de los campesinos (Toledo y Barrera-Bassols 2008), y convierten la tierra en territorio (Rodríguez 2015; Haesbert 2013). En este

ensayo sostenemos que un enfoque «local» sobre el territorio puede en sí mismo influir en la transformación de las prácticas agroecológicas.

Un aspecto crucial de las redes agroalimentarios territoriales es la comercialización directa en «circuitos cortos», que involucra a los productores y a los consumidores en una misma comunidad «cara a cara». Pero la mirada en el territorio también reorienta la óptica de los productores hacia el conjunto de recursos locales para la producción, hacia un mayor aprovechamiento de lo que ofrece el territorio y menor dependencia de recursos extrarregionales.

Son casos relevantes los milperos y cafecultores del sur de México (Cobo y Paz 2009) porque participan directamente en mercados referidos aquí. Aparte del café, estas familias campesinas producen para su propio consumo y el de sus vecinos y algunas para el tianguis Comida Sana y Cercana y otros mercados regionales. El cafetal, aparte del grano y posiblemente otros productos comerciales como la pimienta, es fuente de una diversidad de productos —plantas ornamentales, medicinales y comestibles, árboles maderables, frutales, etc.—, como lo es también la milpa: maíz, frijol, calabaza, chile, verduras silvestres, habas, chícharos y muchos otros.

¿En qué sentido participan las organizaciones de café orgánico en sistemas territoriales si buena parte de su producto se comercializa en mercados globales muy lejanos? Como se ha indicado en otros trabajos de este volumen, un circuito corto de comercialización de los sistemas agroalimentarios territoriales no se refiere necesariamente a distancias físicas sino a distancias sociales. Una de las metas motivadoras de las cooperativas cafetaleras consiste en eliminar parte del intermediarismo excesivo que plagaba el mercado local del café y establecer relaciones más directas con los consumidores finales, aunque se ubiquen en tierras lejanas. Acortar la cadena de abasto para que quede más valor al productor original es también una forma de circuito corto de comercialización, porque reduce la distancia social entre productor y consumidor. Esto se ha logrado en parte a través de las redes de café orgánico y de comercio justo y otros esfuerzos internacionales de solidaridad de los consumidores (González, Linck y Moguel 2003).

Una de las motivaciones fundamentales de la participación de los consumidores en las redes alternativas es el apoyo y la protección de esa agricultura campesina y su diversidad biocultural; por ejemplo, en Francia, las Asociaciones de Responsabilidad Compartida de la Agricultura Campesina (AMAP) (Pouzenc 2008). Lejos de indicar una visión romántica

del campesino, es un reconocimiento de que los campesinos y sus consumidores tienen intereses en común, precisamente valores, usualmente valores no mercantilistas. Los consumidores conscientes no buscan exclusivamente el precio más bajo ni los campesinos buscan como prioridad maximizar la ganancia empresarial de su granja.

El campesino busca una ganancia en su producción igual a la del capitalista, por supuesto, pero este objetivo se combina con otros que tienen que ver con estos valores no fácilmente expresados en términos monetarios, aunque sí tienen su «costo» y sus «beneficios». ¿Cuáles son estos valores compartidos? Los hemos agrupado en tres renglones: buen vivir, diversidad y autonomía.

### *Buen vivir*

Como hemos señalado, la familia campesina opera una empresa no capitalista. No le interesa exclusivamente una ganancia empresarial, ni la acumulación incesante de capital. Su preocupación principal es el bienestar de su familia y de su comunidad. La economía campesina contrasta con la de la empresa capitalista en que no todos los aspectos—insumos, productos, costos y beneficios—pueden ser monetizados. No todo es mercancía y no todos los gastos en términos de dinero o de tiempo y esfuerzo son deducibles de una ganancia general de la empresa. Hay un valor, por ejemplo, al poder ocupar en forma productiva la mano de obra familiar a lo largo del año, sin necesidad de salir, aunque sea a una tasa menor que el nivel del salario vigente por trabajo regional o en algún destino de migración.

El buen vivir no es solo un estado de bienestar o de confort. Implica una estrategia de vida para conseguirlo. En la visión indígena maya, el buen vivir implica mantener relaciones armónicas con el entorno tanto social como cósmico. Según Varese (1996) la cosmología ecológica de las comunidades indígenas se basaba tradicionalmente en el principio no capitalista del usufructo individual de la propiedad colectiva y la primacía del valor de uso sobre el valor de intercambio y los mercados. Por ejemplo, en los ejidos y las tierras comunales los cafetos son propiedad privada de la persona que los siembra y los aprovecha, pero la tierra sigue siendo propiedad colectiva y eventualmente regresará a la comunidad.

### *Diversidad*

Hemos hablado de pequeños productores, pero vale la pena señalar una distinción que hace La Vía Campesina entre sus afiliados, de un campesino versus un agricultor familiar. Con el primero, la meta principal de la familia es la producción para el autoconsumo y para el mercado. Para el segundo, el propósito es generar un ingreso monetario. La *family farm* es una pequeña empresa capitalista, mientras la familia campesina obedece a una lógica diferente (Martínez y Rosset 2010:150).

Una preocupación de los estudios de las redes alimentarias alternativas es evaluar su potencial real de ser alternativas al régimen alimentario dominante del capitalismo global. Efectivamente, está vivo el debate entre los que sostienen que la tecnología alimentaria industrial es necesaria para «alimentar el mundo» y los que argumentan que un modelo basado en comercio local y pequeños agricultores es la mejor opción, tanto para los productores como para los consumidores (Holt y Shattuck 2011). Una manera de abordar esta cuestión es a través de un análisis comparativo de las empresas que trabajan en el ramo, o sea, tanto las que surten al mercado comercial global como las que participan en dispositivos de comercio local o en las redes agroalimentarias territoriales, normalmente unidades socioeconómicas campesinas.

Al realizar, por ejemplo, un análisis de costo/beneficio de cada tipo de empresa se supone que podríamos demostrar cuál es más redituable y, por lo tanto, cuál le conviene más a un agricultor racional. Sin embargo, esta comparación no resulta tan transparente, como señala Armando Bartra:

Mientras el análisis costo/beneficio en los negocios privados es un procedimiento simple y convencional, resulta mucho más complejo determinar el punto de equilibrio en una economía campesina diversificada donde se combinan la producción con el consumo y se articulan componentes estrictamente económicos con valores socioculturales (citado en Cobo y Paz 2009:11).

Como hemos señalado, la empresa familiar campesina no funciona con una lógica estrictamente mercantil que privilegie el renglón del ingreso neto empresarial. Visto desde la óptica capitalista, las empresas campesinas parecen trabajar con pérdidas (o por lo menos ineficiencia), lo que hace aparecer como irracional o ignorante la decisión de mantenerla en producción. Debe entenderse que la racionalidad propia campesina es tan

finamente calculada como la de los capitalistas, situación que la óptica del análisis clásico costo/beneficio distorsiona. Si queremos argumentar que una empresa campesina representa o no una alternativa viable a la agricultura capitalista, el análisis costo/beneficio no constituye un indicador confiable.

Una parte de la complejidad del análisis costo/beneficio para el pequeño productor campesino es la diversidad de sus objetivos. La empresa capitalista tiende a especializarse en los pocos productos comercialmente más redituables. Los agricultores de milpa-cafetal a los que nos referimos aquí practican una estrategia de buen vivir (reproducción de la familia en un estado de bienestar) que requiere diversidad en varios niveles. En particular, la familia debe dedicarse a una diversidad de actividades económicas. Como ninguna actividad sola puede garantizar la reproducción de la familia (incluso la cafecultura, normalmente la más redituable de ellas), sus miembros buscan diversificar sus fuentes de ingreso logrando el punto de equilibrio chayanoviano de la empresa campesina. A diferencia del caso capitalista, en el que este esfuerzo se traduce en el monocultivo, aquí el resultado es una mayor diversidad de plantas y animales en la parcela campesina. Esto contribuye a una estabilidad superior de ingresos económicos por su participación en el comercio local y, al mismo tiempo, contribuye a la seguridad alimentaria, al generar disponibilidad de alimentos a lo largo del año.

### *Autonomía*

Hemos propuesto que la razón del acercamiento entre los productores campesinos y los consumidores conscientes en el comercio de circuito corto es que comparten —hasta cierto punto— los mismos intereses y, por lo tanto, una misma lógica socioeconómica y cultural. La mayor parte de la producción campesina está orientada al comercio de circuitos cortos de comercialización. Se trata, en parte, de una resistencia a adoptar una lógica capitalista globalizada que privilegia la ganancia empresarial y descuida la alimentación local.

Central a estos valores compartidos es el concepto de «soberanía alimentaria» que propone La Vía Campesina. Sostenemos que se trata de una forma de *autonomía* del régimen alimentario corporativo dominante (McMichael 2014).

La soberanía alimentaria es el derecho de los pueblos, de sus países o Uniones de Estados a definir su política agraria y alimentaria, sin *dumping* frente a países terceros. La soberanía alimentaria incluye: priorizar la producción agrícola local para alimentar a la población, el acceso de los/as campesinos/as y de los sin tierra a la tierra, al agua, a las semillas y al crédito. De ahí la necesidad de reformas agrarias, de la lucha contra los organismos genéticamente modificados (OGM), para el libre acceso a las semillas, y de mantener el agua en su calidad de bien público que se reparta de una forma sostenible (*La Vía Campesina* 2003).

Una expresión directa de la autonomía y los intereses compartidos de consumidores y productores son los sistemas participativos de garantía (o certificación participativa) que son las formas principales de gobernanza de las redes alimentarias territoriales. Los sistemas participativos de garantía son programas de evaluación con respecto a las normas acordadas por una comunidad en los que se involucran productores y consumidores, con la intervención de otros actores implicados en la producción, distribución, consumo y uso de los productos y servicios. El propósito no es solamente proteger al consumidor contra el fraude; importa la construcción de una comunidad de interés entre productores, consumidores y otros involucrados, por medio de la confianza. La confianza crece con la transparencia, la comunicación y la ayuda mutua.

Finalmente, la reconfiguración agroecológica está ineluctablemente vinculada a un impulso de corregir las grandes desigualdades que el sistema capitalista ha creado en las sociedades modernas, en particular con respecto a la marginación y desvaloración de la gente del campo (González 2012). La agroecología plantea, aparte de su propuesta tecnológica, una demanda social y cultural de revindicar la autonomía como mediadora de la ecología y la salud de la sociedad en su conjunto.

## Conclusión

Es ampliamente establecido que la desnutrición que prevalece en el mundo no se debe a una deficiencia en la cantidad de alimentos producidos, sino a problemas de acceso y distribución. El problema no es únicamente una cuestión de economía, por el hecho de que muchas personas no cuentan con los medios para adquirir los alimentos disponibles; se trata de una desigualdad en la distribución de alimentos nutritivos y apropiados.



El mundo enfrenta una crisis nutricional: aproximadamente tres mil millones de personas provenientes de cada uno de los 193 países del mundo tienen dietas de baja calidad. La desnutrición asociada con las dietas que no son nutritivas o seguras representa el principal factor de riesgo en la carga de la enfermedad a escala mundial. Estas dietas de baja calidad contienen calorías, vitaminas y minerales insuficientes o demasiadas calorías, grasas [de baja calidad], sal y azúcar. El riesgo que las dietas pobres plantean a la mortalidad y a la morbilidad es ahora mayor que los riesgos combinados de las relaciones sexuales sin protección, el alcohol, las drogas y el tabaco (Panel Mundial 2016:6, 8).

La baja calidad de la dieta proviene de dos fuentes principales. Una es el procesamiento industrial que remueve muchos de los nutrientes que apoyan la salud al refinar los ingredientes integrales. Otra es el deterioro de los suelos en los que se producen los alimentos, deficientes desde el origen. Como señalamos arriba, el deterioro del microbioma del suelo impacta directamente sobre los ciclos de nutrientes que sostiene la producción vegetal y determina sus cualidades para sostener la vida humana. La visión lineal de la agricultura, incluso el concepto del suelo como sistema físico-químico, posee una dimensión socioeconómica también al apoyar un modelo que incorpora el uso intensivo de insumos industriales, un negocio anual multibillionario (Panel Mundial 2016).

La reconfiguración agroecológica combina la recuperación de la fertilidad del suelo y, por lo tanto, de la calidad de los alimentos, con las implicaciones de esta relación para la salud y el bienestar económico y cultural. Coinciden los intereses de agricultores y consumidores en un amplio movimiento social con el potencial de transformar el régimen agroalimentario de manera fundamental.

## Bibliografía

- ALTIERI, MIGUEL A. Y VÍCTOR M. TOLEDO  
2011 «The agroecological revolution in Latin America: rescuing nature, ensuring food sovereignty and empowering peasants», *Journal of Peasant Studies*, 38(3), pp. 587-612.
- ÁLVAREZ-SOLIS, JOSÉ DAVID Y MANUEL DE J. ANZUETO-MARTÍNEZ  
2004 «Actividad microbiana del suelo bajo diferentes sistemas de producción de maíz en Los Altos de Chiapas», *México, Agrociencia*, 38, pp. 13-22.

- BADRI, D. V., T. L. WEIR, D. VAN DER LELIE Y J. M. VIVANCO  
 2009 «Rhizosphere chemical dialogues: plant-microbe interactions», *Current Opinion in Biotechnology*, 20, pp. 642-650.
- BAIS, HARSH P., TIFFANY L. WEIR, LAURA G. PERRY, SIMON GILROY Y JORGE M. VIVANCO  
 2006 «The role of root exudates in Rhizosphere interactions with plants and other organisms», *Annual Review of Plant Biology*, 57(1), pp. 233-266.
- BARTRA, ARMANDO  
 1991 «Pros, contras y asegunes de la ‘apropiación del proceso productivo’», *Cuadernos de Desarrollo de Base*, 2, pp. 5-22.
- BARTRA, A. ET AL.  
 2011 *La hora del café: dos siglos a muchas voces*, México, Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO).
- CASTILLO NEGRETE R., MIGUEL DEL  
 2013 «El hambre en México», *Estudios*, ITAM, 107(9), pp. 72-11.
- CHAPARRO, JACQUELIN M., AMY M. SHEFLIN, DANIEL K. MANTER Y JORGE M. VIVANCO  
 2012 «Manipulating the soil microbiome to increase soil health and plant fertility», *Biology Fertility of Soils*, 48, pp. 489-499.
- COBO, ROSARIO Y LORENA PAZ PAREDES  
 2009 *Milpas y cafetales en los Altos de Chiapas, Corredor Biológico Mesoamericano*, México, CONABIO.
- CONNOR, DAVID J. Y M. INÉS MÍNGUEZ  
 2012 «Evolution not revolution of farming systems will best feed and green the world», *Global Food Security*, 1(2), pp. 106-113.
- FEDERICI, SILVIA  
 2010 «Mujeres, luchas por la tierra y reconstrucción de los bienes comunales», *Veredas*, 21, pp. 81-106.
- FORD, ANABEL Y RONALD NIGH  
 2015 «The Maya Forest Garden: Eight Millennia of Sustainable Cultivation of the Tropical Woodlands», W. Ballèe y C. Crumley (eds.), *New Frontiers in Historical Ecology*, Walnut Creek, CA, Routledge (Left Coast Press).
- FUNES AGUILAR, FERNANDO Y LUIS L. VÁZQUEZ MORENO  
 2016 *Avances de la Agroecología en Cuba*, La Habana, Estación Experimental de Pastos y Forrajes, Indio Hatuey.

- GONZÁLEZ, ALMA AMALIA, THIERRY LINCK Y REYNA MOGUEL  
2003 «El comercio de los valores éticos: Las reglas del juego del café solidario», *European Review of Latin American and Caribbean Studies*, 75, pp. 31-45.
- GONZÁLEZ CABAÑAS, ALMA AMALIA Y RONALD NIGH  
2005 «Smallholder participation and certification of organic farm products in Mexico», *Journal of Rural Studies*, 21, pp. 449-460.
- GONZÁLEZ, HUMBERTO  
2012 «Agroecological Reconfiguration: Local Alternatives to Environmental Degradation in Mexico», *Journal of Agrarian Change*, 12(4), pp. 484-502.
- HAESBERT, R.  
2013 *El mito de la desterritorialización. Del «fin de los territorios» a la multiterritorialidad*, México, Siglo XXI Editores.
- HERNÁNDEZ CASTILLO, ROSALVA AÍDA Y RONALD NIGH  
1998 «Global processes and local identity among Mayan coffee growers in Chiapas, Mexico», *American Anthropologist*, 100(1), pp. 136-147.
- HIGGINS, V., J. DIBDEN Y C. COCKLIN  
2008 «Building alternative agri-food networks: Certification, embeddedness and agri-environmental governance», *Journal of Rural Studies*, 22, pp. 301-312.
- HOLT GIMÉNEZ, ERIC Y ANNIE SHATTUCK  
2011 «Food crises, food regimes and food movements: rumblings of reform or tides of transformation?», *Journal of Peasants Studies*, 38(1), pp. 109-144.
- INTERNATIONAL ASSESSMENT OF AGRICULTURAL KNOWLEDGE, SCIENCE AND TECHNOLOGY FOR DEVELOPMENT (IAASTD)  
2008 International Assessment of Agricultural Knowledge, Science and Technology for Development, Reports.
- LA VÍA CAMPESINA  
2003 «¿Qué es la soberanía alimentaria?», en <<https://viacampesina.org/es/index.php/temas-principales-mainmenu-27/soberanalimentary-comercio-mainmenu-38/314-que-es-la-soberania-alimentaria>> [consulta: 10/01/2003].
- LAKSHMANN, VENKATACHALAM, GOPINATH SELVARAJ Y HARSH P. BAIS  
2014 «Functional soil microbiome: belowground solutions to an aboveground problem», *Plant Physiology*, 166, pp. 689-700.

LOWDER, S. K., J. SKOET Y S. SINGH

- 2014 «What do we really know about the number and distribution of farms and family farms worldwide? Background paper for The State of Food and Agriculture, Roma, FAO.

MARISCAL, ÁNGELES

- 2011 «El café orgánico de Chiapas crece a contracorriente y sin incentivos», *Expansión*, 25 de enero.

MARTÍNEZ TORRES, MARÍA ELENA Y PETER ROSSET

- 2010 «La Vía Campesina: the birth and evolution of a transnational social movement», *Journal of Peasant Studies*, 37(1), pp. 149-175.
- 2014 «Diálogo de saberes in La Vía Campesina: food sovereignty and agroecology», *Journal of Peasant Studies*, 41(6), pp. 979-997.

McMICHAEL, PHILIP

- 2014 «Historicizing Food Sovereignty», *Journal of Peasant Studies*, 41(1), pp. 1-26.

MOGUEL, PATRICIA Y VÍCTOR M. TOLEDO

- 1999 «Biodiversity conservation in traditional coffee systems of Mexico», *Conservation Biology*, 13, pp. 11-21.

NIGH, RONALD

- 1997 «Organic agriculture and globalization: A Maya associative corporation», *Human Organization*, 56(4), pp. 427-436.
- 2002 *Acción colectiva, capital social y recursos naturales: Las organizaciones agroecológicas de Chiapas. De lo privado a lo público: organizaciones en Chiapas*, G. Vargas (ed.), México, Porrúa-CIESAS.
- 2008 «Trees, fire and farmers: Making woods and soil in the Maya forest», *Journal of Ethnobiology*, 28(2), pp. 231-243.

NIGH, RONALD Y STEWART A. W. DIEMONT

- 2013 «The Maya milpa: fire and the legacy of living soil», *Frontiers in Ecology and the Environment*, 11(s1), pp. 45-54.

NIGH, RONALD Y ALMA AMALIA GONZÁLEZ CABAÑAS

- 2015 «Reflexive consumer Markets as Opportunities for New Peasant Farmers in Mexico: Constructing Food Sovereignty through Alternative Food Networks», *Agroecology and Sustainable Food Systems*, 39(3), pp. 317-341.

OLIVERA BUSTAMANTE, MERCEDES, ET AL.

- 2014 «Teoría y práctica en las ciencias sociales. Investigación y participación feminista en defensa de la tierra y el territorio», *Anuario*, Centro de Estudios Superiores de México y Centroamérica, pp. 196-215.

PANEL MUNDIAL

2016 «Sistemas alimentarios y dietas: Enfrentar los desafíos del siglo XXI», Londres, Panel Mundial sobre la Agricultura y Sistemas Alimentarios para la Nutrición.

PIMENTEL, DAVID Y H. LEHMAN (EDS.)

1993 *The Pesticide Question; Environment, Economics and Ethics*, Nueva York, Chapman and Hall.

PONISIO, LAUREN Y PAUL EHRLICH

2016 «Diversification, Yield and a New Agricultural Revolution: Problems and Prospects», *Sustainability*, 8, p. 1118.

POUZENC, MICHAËL

2008 *Les relations de proximité agriculteurs-consommateurs*, Toulouse, Unité Mixte de Reserche Dynamiques Rurales.

RODRÍGUEZ WALLENIUS, C. A.

2015 *Geopolítica del desarrollo local. Campesinos, empresas y gobiernos en la disputa por territorios y bienes naturales en el México rural*, México, Itaca/UAM-Xochimilco.

ROUT, MARNIE E. Y DARLENE SOUTHWORTH

2013 «The root microbiome influences scales from molecules to ecosystems: The unseen majority 1», *American Journal of Botany*, 100(9), pp. 1689-1691.

SAMBERG, LEAH H., ET AL.

2016 «Subnational distribution of average farm size and smallholder contributions to global food production», *Environmental Research Letters*, 11(12), 30 de noviembre.

SANTOS, BOAVENTURA DE SOUSA

2011 *Para Descolonizar el Occidente: Más allá del pensamiento abismal*, San Cristóbal de Las Casas, CIDECI-Unitierra.

SCHOLES, MARY C. Y ROBERT J. SCHOLES

2013 «Dust unto Dust», *Science*, 342(6158), pp. 565-566.

SCHUTTER, OLIVIER DE

2014 *Informe final: El potencial transformador del derecho a la alimentación*, Nueva York, Organización de Naciones Unidas, Asamblea General.

SIX, J., H. BOSSUYT, S. DEGRYZE Y K. DENEFF

2004 «A history of research on the link between (micro)aggregates, soil biota, and soil organic matter dynamics», *Soil & Tillage Research*, 79, pp. 7-31.

SOULÉ, J. D., D. CARRÉ Y WES JACKSON

1990 «Ecological impact of modern agriculture», en Carroll, J. Vandermeer y P. Rosset (eds.), *Agroecology*, Nueva York, McGraw-Hill.

TOLEDO, VÍCTOR M. Y NARCISO BARRERA-BASSOLS

2008 *La memoria Bio-cultural: la importancia agroecológica de las sabidurías tradicionales*, Ciudad de México, UNAM.

VANDERMEER, JOHN Y I. PERFECTO

2013 «Complex Traditions: Intersecting Theoretical Frameworks in Agroecological Research», *Agroecology and Sustainable Food Systems*, 37, pp. 76-89.

VANDERMEER, JOHN, IVETTE PERFECTO Y STACEY PHILPOT

2010 «Ecological Complexity and Pest Control in Organic Coffee Production: Uncovering an Autonomous Ecosystem Service», *Bioscience*, 60(70), pp. 527-537.

VARESE, STEFANO

1996 «The New Environmentalist Movement of Latin American Indigenous People», en Stephen Brush (ed.) *The New Environmentalist Movement of Latin American Indigenous People, Valuing Local Knowledge*, Washington D. C., Island Press.

WEIS, TONY

2010 «The accelerating biophysical contradictions of industrial capitalist agriculture», *Journal of Agrarian Change*, 10(3), pp. 315-341.



# Comercio justo, mercados locales, los retos de la replicabilidad y del cambio de escala.

## Análisis de casos latinoamericanos<sup>1</sup>

Alma Amalia González Cabañas<sup>2</sup>

Guy Durand<sup>3</sup>

Esta reflexión se centra en la emergencia de dos dispositivos de comercialización particulares que se posicionan como alternativos y contestatarios al sistema agroalimentario global. Por un lado, el comercio justo como dispositivo de comercialización que enlaza productores de países del sur con consumidores del norte y, por otro, los circuitos cortos de comercialización basados en la relación directa entre productores y consumidores en ámbitos regionales bien determinados. Pensamos que estas iniciativas se han gestado de manera paralela, aparentemente sin influencia directa una sobre la otra, pero no descartamos la relación que pueda darse entre ambas. Estos dispositivos se presentan como una crítica a los modos de producción y comercialización dominantes, ante los cuales tanto productores como consumidores han perdido el control bajo el argumento economicista de rentabilidad económico-productiva. Consideramos que son resultado de luchas sociales comprometidas con el reconocimiento del trabajo de productores y la satisfacción de los consumidores. Un consumidor y «comiente» (Fischler 1990; Poulain 2002) que trasciende el acto de consumo para hacer del acto de comer una vía de transformación de su realidad y expresión de sus valores éticos. Estos elementos se conjugan en el idioma francés y adquieren fuerza con la utilización del neologismo *consomàcteur*.

<sup>1</sup> El texto de Durand, originalmente escrito en francés, fue traducido al español por Alma Amalia González Cabañas.

<sup>2</sup> CIMSUR-UNAM.

<sup>3</sup> Agrocampus-Ouest.



El sistema agroalimentario global se impone casi en forma insoslayable a los ciudadanos globales sin importar su desarrollo económico, rompiendo las articulaciones regionales que hacían posibles los circuitos cortos de comercialización regionales y locales. Ciertamente, los países septentrionales han recuperado e innovado socialmente para construir este tipo de circuitos, poniendo un especial interés por apoyar a sus agricultores locales. En los países sureños también han surgido iniciativas muy similares, pero también existen otras que podrían explicarse en función del aislamiento geográfico de diversas regiones como una de las condiciones que han propiciado la continuidad de los mercados regionales, algunos incluso desde tiempos prehispánicos. Este tipo de situaciones constituyen ejemplos claros de circuitos cortos de comercialización. Visto de esta manera, este concepto de mercado no es algo nuevo. Sin embargo, tal vez la característica novedosa sea el talante reflexivo tanto del productor como del consumidor. Hemos elegido un conjunto de casos latinoamericanos, resultado de iniciativas de tipo privado, de la sociedad civil —como se les identifica ampliamente— que buscan «humanizar» el mercado, que no aceptan que las condiciones de vida de los actores económicos y sociales solo sean el resultado del juego de la oferta y la demanda.

La tesis que planteamos en este trabajo parte de preguntarse cómo estas experiencias alternativas e innovadoras, tanto de los pequeños productores como de los consumidores, pueden lograr un cambio sustancial capaz de reproducirse en otros contextos. Dicho quizás de una manera amplia, ¿cómo oponerse a los modelos agroalimentarios dominantes?<sup>4</sup>

En primer lugar, la emergencia de estas alternativas se da en las sociedades locales. Como veremos en los casos de estudio, algunas de ellas declaran abiertamente su rechazo a la participación del Estado, ya que cuestionan cómo es posible negociar con un Estado cuando este sirve fundamentalmente a los intereses del sistema de comercio dominante. En una posición distinta se ubican las iniciativas que no asumen una postura crítica, e incluso buscan establecer la relación con los distintos niveles de administración del Estado.

En este texto nos apoyamos en tres casos que ilustran cómo estas experiencias están en pleno proceso de discusión y construcción. Daremos

<sup>4</sup> Van der Ploeg (2010) propone el término de *imperio* como el andamiaje global que controla los sistemas productivos, comerciales y de consumo alimentarios en cualquier ámbito geográfico, poniendo en riesgo la salud de los seres humanos y desmantelando la vida social y productiva del medio rural. Señala como vía contestataria a este orden global la construcción de la soberanía alimentaria de los pueblos.

muestras de cómo los posicionamientos de los actores que participan en las experiencias alternativas se ven acotados en su capacidad de innovación para consolidar estos mercados locales o circuitos cortos de comercialización frente al sistema agroalimentario global.

Cabe igualmente señalar que nos interesa rebasar la crítica un tanto ingenua que asegura que las iniciativas alternativas de circuitos cortos de comercialización solo son una cuestión de moda. El objetivo es profundizar en su viabilidad para oponerse al modelo dominante o entender si corren el riesgo de «ser atrapadas» por la dinámica de mercado, tal como se maneja en las discusiones que subyacen a la venta de productos etiquetados por comercio justo.

### **Una breve recapitulación histórica del comercio justo**

La historia que queremos contar data de 1988, año en que se funda la iniciativa holandesa Max Havelaar por el sacerdote Franz van der Hoff, con el fin de construir mejores relaciones comerciales para el café de pequeños productores del estado de Oaxaca, en el sur de México.

El comercio justo no inicia con Max Havelaar; sin embargo, en su propuesta se concibe por primera vez la idea de un logotipo para identificar el producto, teniendo como objetivo cambiar de escala, especialmente a través del incremento de los volúmenes de venta en supermercados y centros de gran distribución.

La década de los ochenta del siglo pasado, llamada por diversas agencias y teóricos del desarrollo como «década perdida», significó la puesta en marcha de condiciones comerciales aún más duras para el campesino o pequeño productor. La globalización de la economía a la par de un re-entramamiento de las funciones del Estado dio por resultado la primacía de los intereses de las empresas transnacionales.

No era tan fácil encontrar esos intersticios de la globalización (Renard 1999). Es por ello que la proposición de Max Havelaar para el uso del sello o logotipo como elemento distintivo para un mercado alternativo, justo y solidario, puede considerarse una verdadera revolución en el ámbito del mercado internacional. Fue la ocasión de incorporar y movilizar valores éticos en un dispositivo de comercialización (González, Linck y Moguel 2003).

Esta recapitulación sobre el comercio justo se centra en la experiencia latinoamericana, y en particular la de los campesinos cafetaleros. Debe mencionarse la importancia de esta vía de comercialización para los pequeños

productores por lo que respecta a la seguridad que significaba el acceso a un precio mínimo para el café y la posibilidad de comercializar de manera directa, por medio de importadores ligados a consumidores implicados en el reconocimiento de la agricultura campesina en los países del sur.

Las distintas iniciativas nacionales de CJ lograron resolver sus diferencias y consolidaron una propuesta conjunta a través de la FLO en 1997.<sup>5</sup> Esta gran plataforma FLO integró las distintas iniciativas y la concepción original de la movilización del etiquetado de CJ pero al mismo tiempo introdujo las medidas de auditoría y trazabilidad a todo el sector. Este desafío no fue de igual magnitud en los países importadores como en aquellos orientados a la producción. La capacidad de producción de café con calidad de exportación implicó el aprendizaje y la comprensión de «otro mundo» para las organizaciones campesinas cafetaleras del CJ latinoamericano.

El postulado de «comercio sí pero ayuda no» (*trade but not aid*) significó aprender de la calidad del café. El asunto no fue del todo sencillo, ya que se trata de un cultivo no incorporado a los hábitos alimentarios de la población indígena que lo produce. En este sentido, CJ y todos los agentes que intervinieron en su promoción hicieron un esfuerzo altamente significativo en la formación de los pequeños productores en torno a los criterios que definen la calidad del café desde la parcela hasta su presentación final en café pegamino e incluso en taza (Fair Trade Research Group 2003).

Este periodo en que se trabaja sobre el aprendizaje de los criterios de calidad del café de CJ coincide con una preocupación global por lo que se identifica como «calidad orgánica». Se prioriza el interés por productos provenientes de una agricultura respetuosa del ambiente.<sup>6</sup> En todo caso, se trata de una posición crítica que cuestiona la concepción de la calidad asentada en criterios básicamente organolépticos y estéticos. Así, la historia del CJ aparece entrelazada con la agricultura orgánica, entendida en su dimensión de calidad certificada pero, sobre todo, desde su perspectiva de movimiento social transformador de la realidad del modelo productivista. En esta línea, el escenario latinoamericano tiene experiencias sin precedentes que han dado lugar a una recuperación del concepto original del comercio justo y los principios de la agricultura orgánica.

<sup>5</sup> Fairtrade International (Fairtrade Labelling Organizations International [FLO]) es el organismo que coordina un etiquetado de comercio justo a nivel internacional. Tiene su sede en Bonn, Alemania, y se fundó con el objetivo de «unir a las diferentes iniciativas bajo una organización paraguas y armonizar los criterios y el proceso de certificación». Sitio web: <<http://www.fairtrade.net/361.html?&L=1>> [consulta: 08/2015].

<sup>6</sup> Asume como uno de sus ejes centrales la concepción del suelo como ente vivo y la crítica al uso de agroquímicos, cuyos efectos negativos repercuten en el ambiente, entre los campesinos y jornaleros agrícolas que lo aplican, al igual que en el consumidor final.

### *Los debates sobre el comercio justo desde la perspectiva norte-sur*

Los años de acelerado incremento del CJ<sup>7</sup> se lograron gracias a las campañas publicitarias y de mercadotecnia desarrolladas por la FLO. La visibilidad alcanzada en los países europeos para el CJ se concentró en el espacio en anaquel del supermercado, la televisión y campañas informativas en distintos medios (universidades, colegios, centros de trabajo). El CJ de la FLO logró llegar a la conciencia del consumidor reflexivo (Nigh y González 2015) de ingresos altos —como acontecía habitualmente—, pero también alcanzó la conciencia de sectores de ingresos más modestos.<sup>8</sup> Dejó de ser un nicho de mercado de escasa envergadura y pasó a formar parte del consumo habitual y tema de conversación de la población en general.

Esta misma relevancia en los medios convirtió el CJ en un asunto de moda, por decirlo de alguna manera, y pasó a ser lo que Lipovetsky (2005) identifica como el resultado de una sociedad posmoderna. Esta relevancia e interés público por el CJ llevó igualmente al deseo de escudriñar y desenredar el andamiaje organizativo de un mercado alternativo, fundamentado en la movilización de valores de solidaridad y equidad social. Por otra parte, el atractivo valor de negocio del CJ despertó el interés de diversas compañías transnacionales por insertarse en este dinámico segmento de mercado.<sup>9</sup>

Es probable que la voluntad de FLO por ampliar los productos comercializados, dar cabida a un mayor volumen y abarcar un espectro geográfico más amplio no haya estado siempre acompañada por la madurez que se requería. Resultado de ello ha sido un aligeramiento o formato *light* del CJ, que llegó a su máximo cuestionamiento con la aceptación de la producción de café y banano proveniente de grandes plantaciones. Ante ese tipo de acciones se dio una respuesta innovadora mediante la creación del símbolo de pequeño productor (SPP), iniciativa fundada en 2006 y originalmente promovida por la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe

<sup>7</sup> A nivel mundial, las ventas Fairtrade sumaron 5,9 miles de millones de Euros en 2014, un incremento de 10 % con respecto a 2013. Reporte anual 2014 FLO: <<http://annualreport.fairtrade.net/es/global-fairtrade-sales/>> [consulta: 09/2015].

<sup>8</sup> Los estudios sobre los consumidores que se han realizado en Francia han dado muestra de la diversidad de la población que adquiere productos del comercio justo. <<http://www.lequitable.fr/equitable-en-france/le-consommateur-equitable/>>; <<http://www.je-consommeequitable.fr/de-a-a-z/comprendre/296-qui-sont-les-consommateurs-equitable.html>>; <<http://www.20minutes.fr/magazine/journal-ecole-ipj/consom/q-qui-consomme-equitable-aujourd'hui-97318/>> [consulta: 09/2015].

<sup>9</sup> Muy probablemente Starbucks representa el caso «emblemático» de la apropiación y comercialización de los valores éticos acuñados por el comercio justo. Compañía mundial líder en la venta de café en casa.

de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC), a fin de facilitar al consumidor la identificación de sus productos. Si bien la propuesta fue pensada para resolver el problema para los productores latinoamericanos, actualmente países de Asia y África se adhieren al distintivo SPP.<sup>10</sup>

En la vasta literatura que existe hoy sobre el CJ, dos grandes tendencias aparecen marcadas. Por un lado, aquellas que ponen en evidencia los beneficios para los pequeños productores por su inserción en el dispositivo de comercialización; y por otro, los trabajos que buscan la descalificación de la iniciativa mediante posiciones polémicas, tal como lo expone Jacquiau (2006). En ambos casos se trata de estudios que analizan el sector en su dimensión global.

### **Circuitos cortos de comercialización latinoamericanos**

Por la participación directa de los autores en el seguimiento de los procesos nacionales a lo largo de más de 20 años en una dinámica de investigación acción, presentamos aquí los casos de México, Venezuela y Ecuador, con las particularidades que el CJ y los circuitos cortos de comercialización han presentado en estos países.

#### *Al sur del Río Bravo: México*

El caso de México cobra relieve por su importancia pionera en la historia del CJ y por el peso que han tenido y tienen las organizaciones campesinas cafetaleras mexicanas en la CLAC.

Conviene precisar que en las políticas públicas de México no se reconoce oficialmente el concepto de CJ, pero el peso de los cafetaleros organizados en este sector ha propiciado una mejor negociación de los programas gubernamentales. Es innegable que la confiabilidad en el éxito empresarial (entiéndase volúmenes de exportación y éxito en la concertación de contratos) ha hecho de las organizaciones campesinas de CJ atractivos sujetos de crédito para la banca comercial. En efecto, los incentivos

<sup>10</sup> La CLAC creó una nueva figura jurídica, la Fundación de Pequeños Productores Organizados (FUNDEPPO), para actuar como responsable de la gestión y el uso del logotipo SPP. El procedimiento es una certificación por tercera parte. En la práctica, diversas agencias de certificación orgánica realizan de manera paralela la validación de los criterios del SPP. Se distingue de la FLO por ser la única certificadora creada directamente por pequeños productores (SPP 2015).

que se otorgan, ya sean gubernamentales o créditos vía banca privada, no están orientados conforme a los principios del CJ. El renglón más «socorrido» a financiar es el proceso de acopio y la infraestructura productiva (despulpadoras, patios de secado y plantas de beneficio seco).

La relevancia económica alcanzada por la producción orgánica, en especial por las organizaciones cafetaleras indígenas, ha sido tan atractiva por la generación de divisas, que la política pública se ha orientado —en diversos sentidos— a la atención de las demandas de este sector y constituye un rubro mensurable dentro de las cuentas nacionales. Las cifras oficiales indican que la producción orgánica nacional fue de 18 331 ha en 1996 y ascendió a 326 436 ha en 2008, lo que significa una tasa media anual de crecimiento de 17.3 % para el periodo. Esta misma importancia se refleja en el incremento del número de productores (de 12 784 en 1996 a 125 031 en 2008, con una tasa de crecimiento de 13.5 %) (INEGI 2012).

A diferencia de lo explicado sobre los países andinos y Venezuela, en México el CJ despertó el interés de una importante clase social (ingresos medios y altos) preocupada sobre todo por los problemas ambientales y de justicia social. Esta situación toma forma en la construcción a nivel nacional del sello Comercio Justo México (CJM), primera iniciativa de este tipo en un país del sur. Esta concepción de CJM en cuanto a principios, estructura organizativa y control son muy similares a los del CJ promovido desde la FLO,<sup>11</sup> organización internacional de certificación de comercio justo. No obstante, la propuesta no logró afianzarse, probablemente por pugnas internas entre sus asociados y la falta de un marco jurídico nacional que le diera fortaleza (Pérez y González 2013).

La dinámica de la producción orgánica y el CJ para la exportación en México coincide fuertemente con territorios ocupados por población indígena, en los que se comprometen importantes recursos de biodiversidad, y el maíz tiene el rol central como eje de la dieta mexicana, desde tiempos prehispánicos. En torno a la preservación de la biodiversidad del maíz, se dan importantes luchas sociales, como «Sin maíz no hay país». En esta efervescencia social, diversas ciudades mexicanas devienen escenario de emergencia de propuestas ciudadanas que revalorizan la producción campesina y que habrán de constituirse en las experiencias pioneras de circuitos cortos de comercialización. Un último factor a señalar es el papel relevante que han jugado las universidades, centros de investigación y ONG dedicadas a problemas ambientales y sociales. Este es un rasgo que ya hemos señalado en los países del Cono Sur.

<sup>11</sup> CJM es reconocido por FLO como miembro asociado en 2004.

Las primeras iniciativas de circuitos cortos de comercialización o mercados locales —como también se conocen en México— se establecen de una manera bastante espontánea y de forma aislada. Luego, en 2004 se forma la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos (REDAC), bajo la dirección de un grupo de académicos de la Universidad Autónoma Chapingo, la cual fue fundamental para favorecer el intercambio de experiencias entre los distintos pequeños mercados que se constituían. No obstante, es probable que la dinámica de la REDAC no haya estado al ritmo de las realidades de los distintos integrantes de la red y que en algunos casos sus asesores y directivos hayan tomado decisiones que no siempre fueron consensuadas. En este sentido, un punto que parece decisivo es la manera en que apoyó el reconocimiento de la certificación participativa dentro de la Ley de productos orgánicos (artículos 24 y 41),<sup>12</sup> creada en función de los procesos de certificación por tercera parte.

Podremos revisar y analizar (tal vez) un poco ese precepto:

Artículo 24.- Se promoverá la certificación orgánica participativa de la producción familiar y/o de los pequeños productores organizados para tal efecto, para lo cual la Secretaría con opinión del Consejo emitirá las disposiciones suficientes para su regulación, con el fin de que dichos productos mantengan el cumplimiento con esta Ley y demás disposiciones aplicables y puedan comercializarse como orgánicos en el mercado nacional.

Artículo 41.- Para impulsar el desarrollo de los sistemas de producción orgánicos y las capacidades del sector orgánico, el Gobierno Federal promoverá:

- I. Programas y apoyos a los que desarrollen prácticas agroambientales bajo métodos orgánicos;
- II. Apoyos directos a los pequeños productores orgánicos que les permita incrementar la eficiencia de sus unidades de producción, mejorar sus ingresos y fortalecer su competitividad frente a los acuerdos y tratados sobre la materia;
- III. El diseño y operación de esquemas de financiamiento integral, seguro contra de riesgos y el otorgamiento de apoyo a los Operadores certificados o en conversión, y
- IV. Apoyos a los Organismos de certificación para el acceso al reconocimiento internacional de su Acreditación y certificados orgánicos.

<sup>12</sup>Ley de productos orgánicos, *Diario Oficial de la Federación*, 7 de febrero de 2016.

Bajo esta ley se considera que si un tianguis o mercado local orgánico reconoce una producción como tal, el sello otorgado es válido para todos los agremiados a la REDAC. Igualmente, la Secretaría de Agricultura, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) puede entregar recursos a los grupos o productores individuales que tengan el sello. Esto comienza a ser muy atractivo, ya que abre la puerta para que la agricultura de pequeños productores orgánicos reciba apoyos gubernamentales.

En principio esto «suena» interesante o positivo, pero al mismo tiempo confiere al gobierno, a través de un consejo integrado por representantes del sector, la facultad para avalar la producción orgánica. Hasta aquí todo parece muy positivo; sin embargo, veamos dónde aparecen los bemoles y las complicaciones.

Esos recursos públicos pueden solicitarse a condición de estar organizados y vinculados al grupo de tecnócratas acreditados por la SAGARPA. Bajo estas condiciones «quedan fuera del pastel» todos aquellos pequeños productores que hagan una agricultura orgánica familiar que no necesariamente pase por la REDAC. Aquí se ubica esa agricultura campesina orientada a los mercados locales rurales que no llega a distribuirse en centros urbanos de jerarquía relevante (tamaño y poder económico), pero que son una realidad en México y otros países latinoamericanos. A este tipo de agricultura orgánica le resulta inviable el acceso a los recursos públicos.

Los circuitos cortos de comercialización como opción para adquirir productos orgánicos de forma directa del productor al consumidor han cobrado importancia. En la Ciudad de México existen ahora iniciativas bien consolidadas.<sup>13</sup> En diversas ciudades medias del país se han iniciado igualmente este tipo de propuestas, pero no resulta sencillo encontrar un contexto o factor explicativo sobre las condiciones que determinen su emergencia; cada una de ellas responde a condiciones específicas. Algunas investigaciones han profundizado sobre sus dinámicas propias (Escalona 2009; Juárez 2010; Gutiérrez, Morales y Limón 2013).

Las funciones que tuvo la REDAC en sus inicios se mantienen, pero la complejidad de contextos tan distintos en el territorio mexicano parece no haber encontrado camino para el fortalecimiento de la red. Sin embargo, estos mercados autorreferenciados como alternativos continúan

<sup>13</sup> A partir de 2010 han iniciado otros tianguis en la Ciudad de México. Destacan el mercado El Cien y el colectivo Tejiendo redes entre campo y ciudad, ambos ubicados en la emblemática colonia Roma; el Mercado Alternativo de Tlalpan y el tianguis orgánico Bosque de Agua (observación de campo realizada por Alma Amalia González y Hélène Guetat en noviembre 2012).



remitiéndose a valores de solidaridad, de precio justo al productor y de uso de prácticas orgánicas en la producción y en la comercialización por medio de un trato directo entre productor y consumidor. En algunos casos estos mercados o tianguis hacen referencia a la certificación participativa, pero probablemente con fuertes problemas organizativos y financieros para lograr que esta opción pudiera ser completamente auditable en su trazabilidad. Empero, esto no descalifica o invalida los procesos sociales que se están gestando en la construcción de los circuitos cortos.

La REDAC sigue actuando bajo los principios que le dieron origen y sigue siendo un referente para identificar los circuitos cortos de comercialización en México. Esto favorece su función como agente interlocutor frente al Estado en la definición de políticas públicas del sector. De manera muy positiva se ha dado un interesante proceso de rol en la ocupación de la coordinación de la red, hecho que sin duda facilita la transparencia y la toma de decisiones.

### *Los países del Cono Sur*

Sin la expectativa de hacer un análisis político de América Latina, conviene señalar el contexto de efervescencia social que ha dado un nuevo aire, por decirlo de algún modo, a las posturas de izquierda y en especial del Cono Sur. En este sentido, los planteamientos de Boventura de Sousa Santos (2010) hacen énfasis en el reconocimiento de procesos sociales locales que cuestionan lo global en su visión eurocentrista. La voluntad de hacer evidentes y visibles las vías alternativas de modelos sociales y económicos se manifiesta en diversas apuestas políticas que han llegado incluso a reinventar las posturas del Estado. Con esta mirada nos interesa analizar la emergencia de los circuitos cortos de comercialización en estas latitudes.

Las experiencias de Venezuela y Ecuador iniciaron en los años ochenta.<sup>14</sup> En el caso de los países andinos como Ecuador, se retomó la concepción central de equidad del CJ. En Venezuela las iniciativas tuvieron una evolución muy particular, pero también se aprecia la voluntad de incorporar este sentido de equidad, lo cual se hace de manera formal una vez consolidadas las propuestas de CJ del sector alimentario.

<sup>14</sup> En un momento dado, estas experiencias contaron con el apoyo del Centro Internacional de Cooperación para el Desarrollo Agrícola (CICDA) que más tarde, en 2004, se constituye como Agrónomos y Veterinarios sin Fronteras (AVSF).

A partir de los años ochenta los países andinos estuvieron confrontados a la baja de precios del café con el riesgo de abandono de las plantaciones y la imposibilidad de proponer soluciones alternativas de comercialización. En particular, las asociaciones de CJ alternativas —identificadas así por no apegarse al sistema de etiquetado por tercera parte— no estaban en situación de absorber la oferta de café de los productores bolivianos.

A partir de esto, el Centro Internacional de Cooperación para el Desarrollo Agrícola (CICDA) y otras asociaciones francesas se organizaron para crear Max Havelaar Francia en 1992 (tras las discusiones entre organizaciones desde 1990), con el apoyo en esa época de Max Havelaar Bélgica y Max Havelaar Holanda y tras la idea de que esta nueva forma de CJ daría posibilidades de aumentar los volúmenes de venta con un precio de garantía. Esto fue posible gracias a la intervención de profesionales de la transformación y la distribución del aromático. Y el etiquetado de la iniciativa Max Havelaar hizo posible una movilización más amplia y de mayor alcance hacia los consumidores.

De este modo, el CJ entraba en una forma de regulación de tipo privado, pero movilizando a los consumidores con la incorporación de valores éticos (González, Linck y Moguel 2003). La hipótesis de esta época consideró que la supuesta «explosión» de la demanda y los efectos sobre la oferta tendrían como consecuencia un efecto positivo en las políticas nacionales en los países productores, y eventualmente también podrían modificarse los modos de regulación internacional del café, tras la desaparición de la regulación del mercado internacional. Esta hipótesis se desechó en razón de que no cambiaron las normas y políticas internacionales; los criterios del CJ quedaron siempre sin ser discutidos. La misma formulación hipotética se aplicó a los circuitos cortos de comercialización. En este caso, las organizaciones campesinas lograron presionar a los gobiernos para proponer nuevas leyes que favorecieran al sector campesino.<sup>15</sup>

### *Ferias de Consumo Familiar Barquesimeto en Venezuela*

Las «Ferias» son el resultado de la acción promovida por la Central Cooperativa de Servicios Sociales de Lara (CECOSESOLA), creada en 1967,

<sup>15</sup> En Perú y Bolivia se promovieron iniciativas de ley más propicias para los campesinos y el sector cafetalero en específico. Desafortunadamente, no contamos con datos que nos permitan hacer un análisis más profundo sobre la evolución de estas leyes en los casos estudiados.

que tuvo como objetivo inicial organizar los servicios funerarios para los socios de las 10 cooperativas de la ciudad de Barquesimeto (de poco más de un millón de habitantes, situada al occidente de Venezuela). El altísimo costo de dichos servicios en el ámbito urbano fue el problema a resolver y sirvió para desarrollar una importante capacidad organizativa de los agremiados.

En los años ochenta era altamente reconocida la capacidad organizativa y de gestión de CECOSOLA. Por esa razón la municipalidad de Barquesimeto le solicitó una propuesta para resolver el problema del servicio de transporte urbano en la ciudad, normalmente gestionado por el sector privado. El reto era ofrecer servicios de calidad y reducir el costo. El éxito alcanzado pronto generó una reacción negativa del sector privado del transporte que provocó la suspensión de las acciones emprendidas por CECOSOLA

En 1983 CECOSOLA reorientó sus energías hacia otro problema igualmente sensible en la población urbana: el abasto de alimentos. Fue así como comenzó el proyecto que habría de llamarse Ferias de Consumo Familiar de Barquesimeto.

Con el propósito de reducir el precio para los consumidores de bajos recursos económicos, CECOSOLA empezó a comercializar los fines de semana los productos provenientes del mercado de mayoristas.

En paralelo, en el medio rural, en 1976 se crea una cooperativa campesina llamada La Alianza, con el apoyo de un grupo de la región coordinado por Charles de Foucault, cura de la congregación. Primero lucharon por recuperar tierras y luego por la diversificación de la producción agropecuaria, esencialmente frutas y verduras. Esta cooperativa se conectó con las Ferias organizadas por CECOSOLA para vender su producción.

Los disturbios por el hambre en 1989 fueron un factor que derivó en que algunos altos funcionarios tanto de la embajada de Francia en Venezuela como de sus homólogos venezolanos en Francia tomaran una mayor conciencia con respecto a la dependencia del país sudamericano hacia los alimentos importados. Desde 1991 había habido contacto entre una organización venezolana y la Confederación de Cooperativas Agrícolas Francesas (CFCA) para afrontar el problema de la dependencia alimentaria. Estos contactos desembocaron en la búsqueda de un operador francés capaz de acompañar la estructuración de instancias que gestionaran el abasto de alimentos y, en particular, el vínculo entre las Ferias (particularmente su centro de acopio) y las cooperativas agrícolas locales; es decir, La Alianza. De ese modo se eligió al CICDA para llevar adelante

el proyecto de la CFCA. Posteriormente, continuaron con un proyecto más ambicioso financiado por la Unión Europea, a través de la Fundación ITERCOOP,<sup>16</sup> el cual tuvo al CICDA como agente operativo y de vinculación entre las cooperativas agrícolas francesas y las venezolanas. En su primera fase, los esfuerzos se canalizaron al apoyo técnico y organizacional. Muy rápidamente, CICDA tomó en cuenta la relevancia de las Ferias, tanto por su volumen de ventas como por su dinámica social.

A diferencia de las organizaciones venezolanas dependientes de las subvenciones del Estado petrolero, CECOSOLA responde a esta posición poniendo de relieve la importancia del trabajo en sí mismo como generador de valor y de riqueza, así como la solidaridad entre los actores sociales, particularmente con los más pobres, y denunciando la corrupción ligada a esta dependencia del Estado.

A mediados de la década de 2000, CECOSOLA disponía ya de tres grandes sitios de mercado en Barquesimeto, que abarcaban el centro, el oeste y el este de la ciudad. Existían también otros puntos de venta a cargo de diversas asociaciones locales de la ciudad. En conjunto, las Ferias permitieron la creación de cerca de 400 empleos (Del Pozo-Vergnes 1999). Paralelamente, esta dinámica favoreció la creación de iniciativas de pequeña transformación (pan, pastas integrales, salsa de tomates, brotes de lentejas, granola, miel de abeja, harinas, condimentos, dulces), cuyos productos fueron igualmente comercializados en las Ferias.

De parte de los productores de La Alianza hubo un importante aumento en el número de cooperativas adheridas a este sistema, llegando a ser aproximadamente 20 organizaciones de productores provenientes de los estados de Lara, Trujillo, Barinas y Portuguesa. Entre los objetivos fijados colectivamente por las organizaciones de productores y consumidores figuran:

- Valorización del trabajo de los agricultores;
- Enriquecimiento de la vida comunitaria;
- Esfuerzo por el mejoramiento de la educación;
- Mejoramiento de la alimentación de la población.

Los precios de los productos en las Ferias fueron el resultado de la negociación entre las organizaciones de productores y consumidores. En esta negociación prevaleció el sentido de equidad, apoyado en la transparencia de costos de producción, para ofrecer los menores precios posibles

<sup>16</sup> Para mayor información, véase la página web de la Fundación <<http://www.intercoop.es/>>.

en beneficio del consumidor, pero sin descuidar el trabajo del productor, y de ese modo mejorar el nivel de vida de ambas partes.

La relevancia de las relaciones de campo y ciudad aparece en primer plano en los circuitos cortos de comercialización venezolanos. Igualmente es reconsiderado el tema de la calidad de los alimentos, con énfasis en la práctica de la agricultura orgánica. Sin duda, estos dos elementos son fundamentales; sin embargo, el verdadero detalle de vanguardia es la reformulación del modelo productivo, el cual había sido dominado por los esquemas de la Revolución verde.<sup>17</sup>

Tal como lo señalan Richer y Alzurú (2003), el éxito de las Ferias de Barquesimeto provocó la multiplicación de proyectos del mismo tipo, por iniciativa de los gobiernos regionales y del Estado central. Desafortunadamente, estos proyectos no tuvieron continuidad por la falta de participación de los actores sociales, además de los casos de malversación de fondos por los funcionarios a cargo de estos programas. Este tipo de situaciones plantean el problema de replicabilidad de experiencias como las Ferias, cuyo éxito se construyó progresivamente y se benefició de un fuerte liderazgo. La extensión de este sistema en otros contextos debió haber dado tiempo a las organizaciones locales para tomar el control de sus proyectos. Este problema lo vamos a encontrar igualmente en las intervenciones del Estado en Ecuador y Bolivia con una marcada «voluntad política» de los presidentes respectivos (Correa y Morales) para acelerar el establecimiento de políticas públicas de soberanía alimentaria (uno de los nodos de la política del «buen vivir»),<sup>18</sup> habiendo dejado poco tiempo y espacio a las organizaciones campesinas y populares urbanas para construir acuerdos duraderos.

### *El caso ecuatoriano*

Los casos de Ecuador ilustran la articulación entre diferentes actores de los mercados locales: productores, consumidores, colectividades locales y Estado. Tal como hemos señalado en el caso de las Ferias de Barquesimeto,

<sup>17</sup> La valoración de la producción de alimentos proveniente de pequeños productores alcanza su mayor reconocimiento con base en los estudios de la FAO y en la declaración de 2014 como Año Internacional de la Agricultura Familiar (Toledo 2015).

<sup>18</sup> Este es el eslogan o fundamento de la política gubernamental de los países andinos, declarado como «principio constitucional basado en el 'Sumak kawsay', que recoge una visión del mundo centrada en el ser humano, como parte de un entorno natural y social» (Ministerio de Educación de Ecuador 2015).

las experiencias de mercados que entrelazan las organizaciones campesinas con organizaciones urbanas ya existían en Ecuador, pero eran poco conocidas y frecuentemente consideradas como marginales. Puede señalarse la canasta comunitaria de Riobamba como primer caso ecuatoriano, que nace en 1987 en el barrio popular de ese mismo nombre a iniciativa de 25 familias (Heinisch, Gasselin y Durand 2014).

Posteriormente a la dolarización del país en 2000, la ONG Utopía, formó un grupo de entrega de canastas, que para 2002 estaría integrado por 300 familias. Un vínculo similar es establecido en Quito, retomando el esquema de la Red Ecovida.<sup>19</sup> En 2006 se realizó una marcha en contra del Tratado de Libre Comercio (TLC), la cual hizo emerger las temáticas de la soberanía alimentaria y la agroecología. Algunos años más tarde, en 2008-2009, existían ya un millar de familias en la red de canastas (Riobamba, Quito, Machala, Cuenca, Otavalo), y todas ellas se declararon a favor de la economía solidaria, que se basa en cuatro principios básicos: cooperar y no competir, compartir y no acumular, organización social y esfuerzo comunitario y economía para la vida.

La caracterización anterior llevaría al Ministerio de Agricultura (MAGAP) a poner en marcha un programa específico para sistematizar la información sobre los circuitos cortos, el programa CIALCO (Circuitos Alimentarios Cortos) y proponer instrumentos de políticas para desarrollar estas experiencias, en la medida en que fomentaran la soberanía alimentaria. El programa CIALCO encomendó a AVSF el censo sobre los circuitos cortos de comercialización en Ecuador. En el cuadro 1 presentamos los resultados más sobresalientes.

Los 26 620 productores socios representan 4.2 % de los que cuentan con menos de 10 hectáreas. Se estima que las ventas a través de circuitos cortos y alternativos están creciendo rápidamente y con 53.5 millones de dólares en 2009 representaban 1 % del consumo alimentario ecuatoriano, estimado en 5 800 millones de dólares (Chauveau y Taipe 2013:26). Estas cifras en realidad no dicen nada sobre las dificultades encontradas por las organizaciones campesinas para acceder al espacio público y crear una Feria. Durante el trabajo de promoción ante las municipalidades encaminado a solicitar un espacio para realizar las Ferias campesinas hubo un frecuente rechazo, por considerar que dañaban la imagen de la ciudad. Curiosamente, es el mismo MAGAP el que interviene para poner a

<sup>19</sup> ONG brasileña fundada en 1998, una de las más avanzadas por cuanto a las prácticas agroecológicas y el establecimiento de modelos alternativos de comercialización directa entre productores y consumidores.

disposición de las organizaciones campesinas los espacios necesarios para el establecimiento de los mercados campesinos. Esta actitud de rechazo de parte de ciertas municipalidades evolucionaría bajo la presión de ONG nacionales e internacionales, del propio Estado y de organizaciones de consumidores. La nueva disposición coincidiría con una suerte de campaña por parte de los médicos y de los hospitales locales que aconsejaban a sus pacientes consumir productos agroecológicos por razones sanitarias o productos típicamente andinos por sus propiedades de calidad nutricional (Heinisch, Gasselin y Durand 2014).

**Cuadro 1.** Número de experiencias, productores y montos de venta de las modalidades de circuitos alternativos cortos en Ecuador.

Circuito corto	Experiencias	%	Productores	%	Ventas (dólares)	%
Ferias campesinas	87	62	6 365	24	5 301 405	9.9
Canastas de consumidores articuladas a campesinos	13	9	222	1	128 838	0.2
Tiendas campesinas y de productos campesinos	18	13	6 869	26	3 195 134	6.0
Compras públicas a campesinos	4	3	4 150	16	7 923 991	14.8
Exportación campesina	19	13	9 014	34	36 902 131	69.0
<b>Total</b>	<b>141</b>	<b>100</b>	<b>26 620</b>	<b>100</b>	<b>53 451 499</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Chauveau y Taipe 2013.

En nombre de la soberanía alimentaria, el Estado incita a las escuelas a abastecerse en los mercados campesinos de sus regiones mediante el mecanismo de compras públicas. Con el mismo objetivo intenta poner en funcionamiento las «ferias ciudadanas» en varias municipalidades, pero esta política se enfrentará a la dificultad de la falta de agrupaciones campesinas con capacidad (productiva y organizacional) para abastecer estas ferias,<sup>20</sup> al igual que una pobre respuesta de los consumidores. En contraparte, el Estado logra mejores resultados para el establecimiento de sistemas de garantía que avalen la producción campesina.

<sup>20</sup> Tal como sucede en el caso de las Ferias de Venezuela antes descrito.

En las cifras presentadas anteriormente destaca la importancia de esta forma de comercialización, tanto por el número de productores que participan como por el volumen de ventas en las modalidades de «ventas públicas campesinas» y de «exportación campesina a través del CJ».

Los proyectos impulsados por el Estado generalmente rebasan la capacidad de producción de los pequeños productores, por lo que con frecuencia las compras tienden a generar un cierto favoritismo o prioridad por productores de mediana dimensión, que tienen mejores opciones para responder a las exigencias de este segmento de mercado.

Justamente, el proyecto Mercados campesinos,<sup>21</sup> dirigido por la ONG francesa AVSF (Agronomes et Vétérinaires Sans Frontières) en relación con las ONG nacionales y las organizaciones campesinas, se planteó el objetivo de reforzar las agrupaciones de pequeños productores campesinos para que pudieran desarrollar las capacidades necesarias para responder a esta nueva demanda y emprender otras modalidades de comercialización bajo el control de las organizaciones campesinas y de las organizaciones de consumidores urbanos.

En el caso ecuatoriano destaca la importancia de las redes de productores y consumidores en el desarrollo de los circuitos cortos y de los mercados locales, así como de las organizaciones campesinas en su capacidad de adaptarse a la demanda de productos sanos de parte de los consumidores urbanos. A diferencia del caso venezolano, e independientemente de las dificultades que encaran las Ferias ciudadanas, aquí el Estado juega un rol de facilitador, principalmente por medio de la reglamentación sobre el uso del espacio público, sobre los sistemas de garantía y sobre las compras públicas.

### **Consideraciones finales**

En los casos latinoamericanos que hemos analizado se observa la reacción del Estado con acciones específicas, pero todas ellas tendientes a intervenir en las iniciativas. Tales intervenciones van desde posturas con sesgos de solidaridad social, al realizar compras públicas a través de estas redes alternativas o, como también hemos visto, a partir del establecimiento de marcos normativos, caracterizados por una tendencia a generar procesos

<sup>21</sup> Proyecto financiado por la Unión Europea, con acciones en Ecuador, Perú y Bolivia. Véase <<http://www.mercadoscampesinos.com>>.



de institucionalización y profesionalización.<sup>22</sup> Esta tecnocratización no se inscribe necesariamente en la misma lógica de los procesos sociales que dan luz a estas innovadoras iniciativas alternativas, como el comercio justo y los circuitos cortos de comercialización; desafortunadamente, se caracterizan por su sesgo netamente directivo e intervencionista.

Este recorrido por el CJ en su versión etiquetada norte-sur y la emergencia de las iniciativas de circuitos cortos de comercialización en América Latina nos permite reiterar la validez de la incorporación de valores éticos en los dispositivos de comercialización. Más exactamente, ambos tipos de experiencias ponen en entredicho y rebasan la tradicional oposición entre regulación de tipo privado versus regulación estatal. Efectivamente, constituyen una vía para poner al frente a los actores económicos y sociales en la búsqueda de nuevas formas de relación y de coordinación.

Sin embargo, es necesario plantear otras consideraciones. ¿Es el CJ un modelo de regulación privado de inspiración liberal o puede ser también un modelo de participación del Estado? Los ejemplos que hemos visto en el Cono Sur y en México dejan ver que existen grandes debilidades (por no decir errores) en la definición de políticas públicas gubernamentales que hagan coincidir los principios del CJ a través de circuitos cortos de comercialización, por ejemplo, la insuficiencia de las organizaciones, que no están suficientemente estructuradas por responder a iniciativas del Estado y que por lo tanto abren un espacio al tecnocratismo o al burocratismo. Igualmente, el cambio de escalas no resulta evidente, ya que los volúmenes de pequeños productores con técnicas agrícolas respetuosas del ambiente y del trato a los animales escapan a las consideraciones de eficiencia económica o normas que se imponen cuando se producen grandes volúmenes. Pensemos así en aspectos de higiene e inocuidad.

En respuesta a este tipo de acciones se dio la innovadora creación del Símbolo Pequeño Productor (SPP), fundada en 2006 por instancias de la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC), con el fin de facilitar al consumidor la identificación de sus productos. Si bien la propuesta fue pensada para resolver el problema para los productores latinoamericanos, también motivó que países de Asia y África optaran por adherirse a dicho distintivo.

<sup>22</sup> El trabajo sobre la institucionalización de la confianza en el comercio justo, de Doppler y González (2007), deja ver cómo la tecnocracia ha roto el lienzo social de iniciativas comerciales que se construyen originalmente en relaciones que permiten el trato directo entre productores y consumidores.

Estas son algunas de las fallas que identificamos como de mayor importancia. Ahora, la cuestión estriba en conocer cuáles son las opciones que tienen los actores para organizarse, para tomar el poder o las decisiones sobre la evolución de los circuitos cortos de comercialización. Pensamos que la solución no es única. Estamos ante la construcción sin precedentes de relaciones entre fronteras cada vez más porosas de espacios que por antonomasia se habían identificado como rurales en contraposición a lo urbano. El abasto alimentario no puede pensarse fuera del principio soberano de elegir cada pueblo su alimentación con respeto a sus tradiciones, su cultura y el manejo cuidadoso de sus recursos naturales. En esto, los circuitos cortos de comercialización y los valores éticos que han caracterizado al CJ a lo largo de su evolución tienen mucho que aportar.

No obstante, existen algunos ejemplos de circuitos cortos que se ven beneficiados por los gobiernos locales de nivel municipal. Esta falta de apoyo institucional no impide que los actores sociales intenten influir en la definición de las políticas públicas y ser considerados, al menos parcialmente, en la lucha de sus reivindicaciones. Esta comunicación analiza algunos casos sudamericanos en los que las municipalidades facilitan la utilización de espacios públicos para la organización de mercados de productores. El caso mexicano mostrará el empoderamiento de las organizaciones campesinas a través del CJ y la forma en que la sociedad civil crea estrategias que deben posicionarse de una manera no siempre exenta de contradicciones y conflictos frente a las políticas públicas

## Bibliografía

- CHAUVEAU, CHRISTOPHE Y DIANA TAIPE  
2013 «Circuitos alternativos de comercialización. Estrategias de la agricultura familiar y campesina» *Agronomes & Veterinaires sans frontières*, Quito, en <<https://www.avsf.org/public/posts/1561/libro-cialco-digital.pdf>> [consulta: 01/09/2015].
- DENÉCHÈRE, F.  
2007 «Repères pour une approche économique des circuits courts dans leur territoire: Concepts et méthodes pour leur compréhension et évaluation», *Mémoire de fin d'étude d'Agrocampus*, Rennes.
- DOPPLER, FLURINA Y ALMA AMALIA GONZÁLEZ  
2007 «El Comercio Justo: entre la institucionalización y la confianza», *Revista Problemas del Desarrollo*, 38(149).

DURAND, G.

2004 «Commerce équitable et agricultures du Sud», *POUR*, 184, revue du Groupe de Recherche pour l'Éducation et la Prospective.

2006 «La vente directe en Bretagne: phénomène marginal ou nouvelle manière d'exercer le métier d'agriculteur?», en Amemiya Hiroko (dir.), *L'agriculture participative. Dynamiques bretonnes de la vente directe*, Presses Universitaires de Rennes.

ESCALONA AGUILAR, MIGUEL ÁNGEL

2009 *Los tianguis y mercados locales de alimentos ecológicos en México: su papel en el consumo, la producción y la conservación de la biodiversidad y cultura*, tesis doctoral inédita, Córdoba, España, Universidad de Córdoba. .

FAIR TRADE RESEARCH GROUP

2003 *One cup at a time*, en: <<https://cfat.colostate.edu/wp-content/uploads/sites/63/2009/09/One-Cup-at-a-Time.pdf>>

FISCHLER, CLAUDE

1990 *L'omnivore*, París, Odile Jacob.

GONZÁLEZ CABAÑAS, ALMA AMALIA, THIERRY LINCK Y R. MOGUEL

2003 «El comercio de valores éticos: el café solidario en Chiapas», *Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe*, 75, pp. 31-45. <[http://www.cedla.uva.nl/60\\_publications/PDF\\_files\\_publications/75RevistaEuropea/75Gonzalez&Linck&Moguel.pdf](http://www.cedla.uva.nl/60_publications/PDF_files_publications/75RevistaEuropea/75Gonzalez&Linck&Moguel.pdf)>.

GUTIÉRREZ PÉREZ, CYNTHIA, HELDA MORALES Y FERNANDO LIMÓN AGUIRRE

2013 «Valoraciones de calidad en alimentos orgánicos y de origen local entre consumidores de la red Comida Sana y Cercana en Chiapas», *LiminaR*, 11(1), <[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1665-80272013000100008&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1665-80272013000100008&script=sci_arttext)> [consulta: 01/15/2015].

HEINISCH, CLAIRE, PIERRE GASSELIN Y GUY DURAND

2014 «Circuits alimentaires de proximité dans les Andes. Vers une reconnaissance de l'agriculture familiale et paysanne», *Économie rurale*, <<http://economierurale.revues.org/4455>> [consulta: 22/11/2015].

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA (INEGI)

2012 *El sector alimentario en México*, México, Instituto Nacional de Estadística y Geografía (serie Estadísticas sectoriales).

JACQUIAU, C.

2006 *Les coulisses du commerce équitable*, París, Editions Mille et une nuits-Fayard.

JUÁREZ, NORMA HELEN

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 inédita, CIESAS-Occidente, Guadalajara, México.

LIPOVETSKI, G.

2005 *El crepúsculo del deber: La ética indolora de los nuevos tiempos democráticos*, Barcelona, Anagrama.

NIGH, RONALD Y ALMA AMALIA GONZÁLEZ CABAÑAS

2015 «Reflexive Consumer Markets as Opportunities for New Peasant Farmers in Mexico and France: Constructing Food Sovereignty Through Alternative Food Networks», *Agroecology and Sustainable Food Systems*, vol. 39, pp. 317-341, <<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/2168356>>

MINISTERIO DE EDUCACIÓN DE ECUADOR

2015 en <<http://www.resumenlatinoamericano.org/2017/03/19/ecuador-que-es-el-buen-vivir/>>.

PÉREZ AKAKI, PABLO Y ALMA AMALIA GONZÁLEZ

2013 *Del sabor a café y sus nuevas invenciones. Escenarios cafetaleros de México y América Latina*, México, UNAM.

PLOEG, JAN DOUWE VAN DER

2010 *Nuevos campesinos. Campesinos e imperios alimentarios*, Barcelona, Icaria.

POULAIN, JEAN-PIERRE

2002 *Sociologies de l'alimentation*, París, PUF.

POZO-VERGNES, E. DEL

1999 *Las Ferias de Consumo Familiar de Barquesimeto en Venezuela, un sistema viable de desarrollo rural-urbano*, La Paz, CICDA/RURALTER.

RENARD, MARIE-CHRISTINE

1999 *Los intersticios de la globalización: un label "Max Havelaar" para los pequeños productores de café, en México: Centro de estudios mexicanos y centroamericanos*, en <<http://books.openedition.org/ceanca/510>> [consulta: 17/11/2015].

RICHER, MADELEINE E IGNACIO ALZURÚ

2003 «Intercooperación y desarrollo local: la organización CECOSOLA en la región centro occidental venezolana Cayapa», *Revista Venezolana de Economía Social*, en <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=62230608>> [consulta: 20/12/ 2015].

SANTOS, BOAVENTURA DE SOUSA

2010 *Refundación del Estado en América Latina. Perspectivas de una epistemología del Sur*, La Paz, Bolivia, Plural Editores.

SELLO PEQUEÑO PRODUCTOR

s./f. <[http://home.spp.coop/spp/index.php?option=com\\_content&view=article&id=88&Itemid=29&lang=es](http://home.spp.coop/spp/index.php?option=com_content&view=article&id=88&Itemid=29&lang=es)> [consulta: 01/10 2015].

TOLEDO, VÍCTOR

2015 «Agroindustrialidad o agroecología», en *La Jornada*, <<http://www.jornada.unam.mx/2015/08/18/opinion/108a2pol>>.

# Comercio justo y circuitos cortos de comercialización: el rol del Estado en Brasil<sup>1</sup>

Gilles Maréchal<sup>2</sup>

**B**rasil se caracteriza por la adopción de políticas públicas tanto en el dominio del comercio justo como en aquellas esferas que conciernen a los circuitos cortos alimentarios de proximidad. Nosotros examinaremos sucesivamente estos dos tipos de experiencias, atentos a las originalidades del caso brasileño y sus convergencias ideológicas, estratégicas y prácticas. Concluiremos señalando que la particularidad del enfoque del Estado, más o menos intervencionista en las dos experiencias, constituye un punto esencial en común entre ambos tipos de iniciativas.

## El comercio justo y solidario en Brasil

Desde finales de los años noventa, los brasileños comprometidos con las acciones de comercio justo sur-norte tienen una mirada crítica sobre este tema. Su visión se da a partir de la realidad de un país de gran tamaño, agroexportador de primer plano y marcado por la profundidad de sus desigualdades. Estos sujetos constataron las siguientes situaciones:

- El desfase estructural entre el nivel de la producción agrícola y la capacidad de absorción de los mercados internacionales;
- Las condiciones de injusticia de las transacciones comerciales que dominan en los mercados nacionales y locales,

<sup>1</sup> El texto, originalmente escrito en francés, fue traducido al español por Alma Amalia González Cabañas.

<sup>2</sup> Université de Rennes II.

- El riesgo de dependencia que pueden crear las ventas demasiado focalizadas sobre los países del norte (Johnson 2004; Projeto Nacional de Comercialização Solidária 2010).

Tal análisis confirma una práctica de las organizaciones campesinas, asociativas, cooperativas o sindicales, relativamente poco comprometidas con el comercio justo del sur-norte. Las características estructurales de la agricultura brasileña lo explican parcialmente: el café, producto estrella del comercio justo, es mayoritariamente producido por las explotaciones a gran escala; la exportación se confronta a un sistema administrativo poco accesible y, a la vez, extremadamente minucioso. Pero el análisis también se identifica con un fuerte posicionamiento político de organizaciones rurales, tales como el Movimiento de los «sin-tierra» o de organizaciones feministas, estrechamente ligadas a movimientos como Vía Campesina. En la agenda de todas estas organizaciones y movimientos se hace de la lucha contra la pobreza una prioridad. En un país marcado por el hambre, la importante dimensión de los movimientos pendulares de numerosos trabajadores rurales entre ciudad y campo inspiran una notable sensibilidad respecto de las necesidades alimentarias de las ciudades. En el transcurso de los años noventa, nuestro trabajo de campo nos dio la posibilidad de escuchar en diferentes momentos el discurso: «¿por qué preocuparme por vender al extranjero, en tanto que el hambre reina cercana a mí en el medio rural y en las favelas a pocos kilómetros?» La estructuración de este discurso está marcada por el importante movimiento de concientización conducido durante el periodo de la dictadura, del cual apenas sale Brasil.

Desde 2001 es anunciada la plataforma *Faces do Brasil*, en que se interroga sobre la ampliación de los métodos aplicados por el comercio justo sur-norte, en un comercio que sea «para y por los brasileños». En 2004, el término «comercio justo y solidario» es puesto en revisión cuando Johnson (2004) cuestiona la escala del comercio justo y el lugar de lo local en la propuesta. Este ardor intelectual es activado por el mundo de la economía solidaria a la llegada de Lula al gobierno, en 2003. Paul Singer, actor respetado de la economía alternativa, toma la dirección de la Secretaría Nacional de Economía Solidaria (SENAES) creada dentro de la estructura del Ministerio del Trabajo.

Un impulso más fuerte emerge también en favor de la versión local/nacional del comercio justo, marcado por la asociación sistemática de los términos «solidario» y «comercio justo». Los actores sociales y económicos conducen a una concertación con los poderes públicos desde

2006. El 17 de noviembre 2010 se emite un decreto por el que se establece el Sistema Nacional de Comercio Justo y Solidario, con una función de apoyo, promoción, comunicación y asesoramiento jurídico. No dispone de instrumentos financieros específicos, pero se respalda en la dinámica ya instaurada por ciertas estructuras de la economía convencional, como el SEBRAE (Servicio de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas). Igualmente, Brasil se enorgullece de haber sido el primer país en institucionalizar el comercio justo. El decreto asume que la denominación *comércio justo e solidário* engloba otros términos en uso, tales como: *fair trade*, *comércio justo*, *comércio equitativo*, *comércio équo*, *comércio alternativo*, *comércio solidário*, *comércio ético*, *comércio ético e solidário*, y la define legalmente como una «práctica comercial diferenciada, enraizada en los valores de justicia social y de solidaridad practicados por las ‘empresas económicas solidarias’». La focalización sobre estas empresas económicas solidarias hasta su definición amplia<sup>3</sup> muestra que el conjunto tiene un cariz social que rebasa el círculo de los convencidos de la economía social o de «los amigos» del comercio justo. Varios textos (Johnson 2004; Brandenburg, Rucinski y Silva 2008; Grisa et al. 2009; Moruzzi-Marques 2009; Villa Real 2011; Avila, Lima y Avila 2013; Pereira et al. 2013; Siliprandi 2015; Faces do Brasil 2015) señalan una voluntad de promoción de la agroecología como práctica ambiental que responde de manera pertinente a los objetivos del comercio justo y de la lucha contra el hambre.

Los siete principios puestos en primer plano por la plataforma *Faces do Brasil* en su sitio de difusión O comercio justo e solidário no Brasil, responden a una concepción amplia, expresada en términos políticos e impregnada particularmente de la acción nacional/local:

**Principio 1.** Reforzamiento de la democracia, la autogestión, el respeto a la libertad de opinión, la organización y la identidad cultural en todas las actividades ligadas a la producción y a la comercialización en «comercio justo y solidario».

**Principio 2.** Garantía de condiciones justas de producción y de trabajo, creación de valor agregado, equilibrio y respeto en las relaciones entre los diferentes actores, con enfoque en la durabilidad económica, ambiental y la calidad de productos en toda la cadena de producción.

**Principio 3.** Apoyo al desarrollo local hacia la sostenibilidad, de manera comprometida con el bienestar socioeconómico y cultural de la

<sup>3</sup> Conjunto compuesto por diferentes tipos de organizaciones que realizan actividades económicas, en las cuales los participantes son trabajadores del medio urbano o rural y ejercen democráticamente la gestión de las actividades y de los subsidios.



comunidad y la promoción de la inclusión social por medio de las acciones que generan empleo e ingreso.

**Principio 4.** Respeto al ambiente a través del uso de prácticas responsables y durables desde el punto de vista socioambiental.

**Principio 5.** Respeto a los derechos de las mujeres, los niños, los grupos étnicos y los trabajadores, para asegurar la equidad y la no discriminación entre todos.

**Principio 6.** Asegurar la información a los consumidores mediante la transparencia, el respeto de los derechos de los consumidores y la educación sobre el consumo responsable.

**Principio 7.** Estimular la integración de todos los eslabones de la cadena productiva, asegurando una relación más estrecha entre todas las personas y entidades que están ligadas a esta.

El mismo decreto de 2010 establece tres modalidades de certificación, claramente inspiradas en las vigentes para la agricultura ecológica:

1. Garantía «relacional» o declarativa por el productor, en caso de venta directa;
2. Garantía «solidaria» por un sistema de certificación participativa;
3. Garantía por tercera parte.

Este decreto de ley fundamenta la dinámica del comercio justo en Brasil; asegura una atención prioritaria a nivel nacional y local.

### **Los circuitos alimentarios de proximidad en Brasil**

En Brasil existe una fuerte política nacional que apoya la agricultura familiar al promover la compra de productos locales. Esto se basa en dos ejes. Por una parte, el Programa de Adquisición de Alimentos (PAA), lanzado en 2003, que permite la adquisición de productos provenientes de la agricultura familiar. En seguida, estos productos son redistribuidos por medio de estructuras de interés social (centros sociales, casas para las personas mayores, orfanatos, etc.) o sirven para constituir reservas para los agricultores. La compra se plantea de manera no obligatoria, sobre el procedimiento de convocatorias que constituyen un freno para los productores más pequeños. Por otro lado, el Programa Nacional de Alimentación Escolar (PNAE), que data de los años cincuenta, prevé desde 2003 que 30 % de las compras de los comedores escolares deben provenir de la agricultura local familiar. Los presupuestos nacionales de estos programas no han

cesado de crecer desde hace 10 años y tienden a conformar una dimensión estructural: el PAA ha tenido en 2013 un presupuesto de 1360 millones de reales (aproximadamente 300 millones de dólares), de los cuales alrededor de 1800 millones de reales (cerca de 400 millones de dólares) están orientados a la agricultura familiar.

Esta política es nacional porque se basa en decisiones y créditos federales, pero es administrada localmente. Ha alcanzado un elevado nivel de descentralización y las comunas pueden decidir sobre la afectación de las compras realizadas sobre los presupuestos de origen central, propios o en tránsito por la Compañía Nacional de Aprovisionamiento, dependiente del Ministerio de Agricultura (CONAB). Existe una articulación operativa, que evidentemente no es perfecta ni generalizada, entre la escala nacional y lo local con respecto al financiamiento y la puesta en marcha de sistemas de comercialización. El importante presupuesto invertido a nivel federal es completado a la escala regional, y se pueden tomar orientaciones o decisiones específicas. Por ejemplo, el estado de Santa Catarina ejerce un peso determinante en las compras de productos biológicos en el cuadro del PAA.

La política operada entrelaza objetivos agrícolas y rurales (reducción de los costos del transporte y del almacenamiento, promoción de la agricultura familiar, estabilidad, visibilidad) y sociales (lucha contra la pobreza y el hambre, acceso a la escolaridad, reducción del éxodo rural, reequilibrio territorial). La PAA es coadministrada por dos ministerios. El primero es el del Desarrollo Agrario (MDA), dedicado a la promoción de la agricultura familiar orientada al mercado interior, mientras que el de Agricultura tiene como objetivo principal la exportación. El ámbito de acción del MDA le permite ligar la política de apoyo a la agricultura familiar de la compra pública a otras políticas gubernamentales, entre las cuales la más importante es el Programa Nacional de Reforzamiento de la Agricultura Familiar (PRONAF), que ofrece el acceso a créditos o subvenciones específicas. El segundo ministerio que interviene es el de Desarrollo Social y de Lucha contra el Hambre. Participa en la adquisición de alimentos provenientes de la agricultura familiar. Contribuye a una política doblemente social, ya que por un lado refuerza los ingresos de los vendedores, dado que es conocido que la proporción de pobres y de mal nutridos es más importante en el medio rural y, por otro lado, provee de alimentos de buena calidad nutrimental y adecuados para la alimentación de las poblaciones pobres más expuestas al hambre y la obesidad.

El acompañamiento de las prácticas que favorecen los circuitos de proximidad es puesto en operación mediante instrumentos reglamentarios

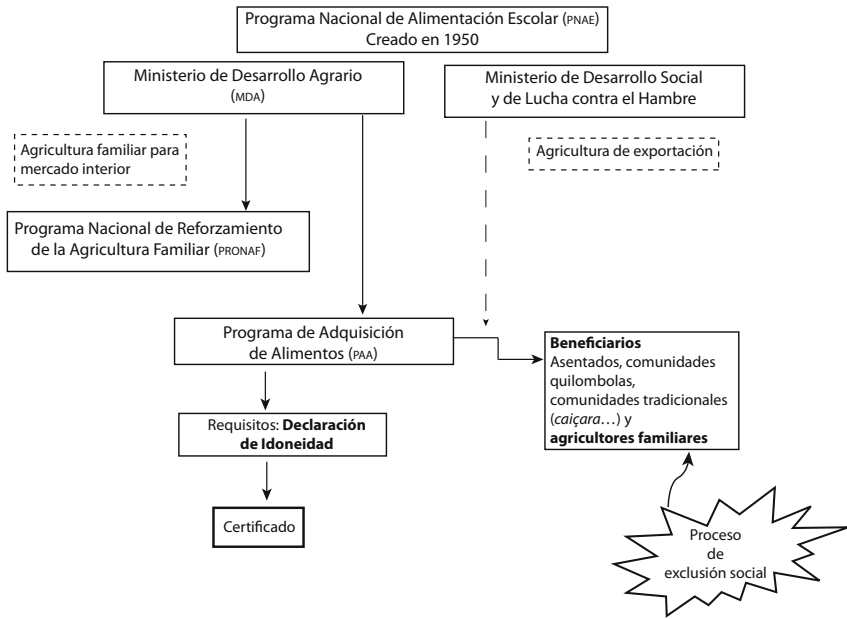
específicos, tales como la definición legal de la agricultura familiar, de la certificación participativa y la precisión de las excepciones legales para los productores familiares (certificación declarativa). Por lo tanto, el PAA no es accesible; en teoría, está orientado a categorías precisas de población: asentados (productores instalados en el marco de la reforma agraria), comunidades quilombolas (descendientes de esclavos emancipados<sup>4</sup>) u otras comunidades tradicionales (*caiçara*, comunidades indígenas) y agricultores familiares. Esta última categoría, mucho más amplia, se caracteriza por la posesión obligatoria de la DAP (declaración de idoneidad para recibir los fondos del PRONAF). Este certificado asienta una coherencia entre dos programas mayores del MDA, el PAA y el PRONAF. Sin embargo, tiene el inconveniente de excluir a los más pobres de la población agrícola, los menos letrados, los más aislados y los menos informados en relación con la media general. El sistema de apoyo técnico rural brasileño afecta solo a una minoría de los agricultores menos capacitados. Pero pocos de ellos pueden orientarse a través de todos los trámites administrativos complejos que demanda la DAP. Esta lógica de funcionamiento se representa esquemáticamente en la figura 1.

Ciertos colectivos de acción local se involucran en los proyectos de alimentación local, más allá de su contribución al PAA y al PNAE. Como en Francia, estos colectivos son responsables de los mercados de las ferias, y la apertura de estos a los productos locales/agroecológicos (por ejemplo, en Piracicaba, en vínculo con Slow Food) o la organización de mercados específicos constituyen las primeras acciones viables, tal como se da en Río de Janeiro con el circuito carioca de los mercados orgánicos.

Los productores señalan el efecto estimulante de las compras públicas en su situación económica, gracias sobre todo a la previsibilidad de sus ventas. Pero la importancia de la compra pública en volumen y valor provoca el temor de caer en una relación de dependencia a mediano plazo de los productores. La situación casi monopólica de la compra pública hace que los productores pierdan la autonomía que buscaban en la venta local y se encuentren expuestos, como en los circuitos largos clásicos, a decisiones basadas en el precio o los volúmenes, sobre los cuales no tienen ningún control. En consecuencia, los más precavidos señalan la necesidad de encontrar canales complementarios para diversificar sus compradores.

<sup>4</sup> Se estima en alrededor de 5 000 el número de comunidades formadas a partir de un núcleo de esclavos fugados, similares a los palenques en los países hispanos. La mayoría ocupa el espacio rural, y la legislación brasileña les otorga derechos específicos, siempre que se les reconozca formalmente (es el caso de una pequeña minoría).

**Figura 1.** Estructura organizacional del Programa Nacional de Alimentación Escolar (PNAE).



**Fuente:** Elaboración propia.

Se establece un vínculo directo por cuenta de los actuales consumidores comprometidos entre el régimen social ligado a la agricultura familiar, la comercialización local y el modo de producción agroecológico/biológico/orgánico. Numerosos actores de la agricultura familiar toman como referencia la agroecología, y en consecuencia se da una convergencia de prácticas agrícolas ambientales responsables, organización familiar y venta local. La mayor parte de los consumidores comprometidos, en número reducido en relación con la proporción francesa, establecen un vínculo casi obligado entre tipo de explotación, modo de producción respetuoso del ambiente y consumo local. Los nombres de la mayor parte de las iniciativas hacen referencia a la agroecología o a la agricultura orgánica, por ejemplo, la importante red agroecológica Ecovida, promotora de la certificación participativa.

Pero los modos de intercambio dominante, indirecto y normado no estimulan la relación directa productor-consumidor, no obstante la proximidad geográfica. Un productor que entrega su mercancía al administrador de un restaurante no encuentra precisamente a los consumidores

finales. Tanto en la sociedad como en la prensa siguen siendo débiles los posicionamientos que valorizan la relación productor-consumidor y el discurso económico mantiene su posición dominante. Igualmente, se observa una diferenciación social; los pobres muchas veces acceden a productos de origen local sin saberlo, en tanto que los consumidores conscientes se concentran mayoritariamente en las clases medias.

Las experiencias promovidas por la sociedad civil son poco difundidas. Cuando provienen de la iniciativa ciudadana, suelen ser centralizadas en las urbes, por ejemplo, Rede Ecológica en Río de Janeiro, la Asociación de Consumidores de Productos Orgánicos (ACOPA) de Curitiba, en el estado de Paraná, Ecofeira, o Compras Coletivas Ecosolidárias de Florianópolis, en Santa Catarina, o las iniciativas apoyadas por el Instituto Kariós de San Paulo. Las iniciativas lanzadas por los productores se inscriben en los esquemas clásicos del mundo cooperativo, por ejemplo, la Unión de Asociaciones y Cooperativas de Productores (UNACOOOP), que reúne 137 grupos del estado de Río. Existen también experiencias que intentan federar a los diversos actores, por ejemplo, el Instituto Terra Mater en Piracicaba, en el estado de San Paulo, el cual tiene diversos vínculos con Slow Food.

El afanoso acompañamiento a las iniciativas de alimentación local dirigidas por los agricultores familiares presenta una doble faceta: por un lado, los productores señalan el interés económico que encuentran en el apoyo público, y por el otro censuran la fuerte presencia del Estado en los esquemas, lo cual impide el vínculo directo entre productores y consumidores, y provoca un rol anestésico frente a las iniciativas ciudadanas.

### *Las convergencias entre circuitos cortos alimentarios de proximidad y comercio justo*

Las dos evoluciones descritas anteriormente presentan múltiples puntos de convergencia. Sin duda, la cuestión de los circuitos alimentarios de proximidad, cuyo principal referente es el lanzamiento del PAA en 2003, ha inspirado la formalización institucional del comercio justo en 2010. Ambas iniciativas comparten concepciones políticas y prácticas vecinas. Además, en Brasil domina una fuerte movilidad profesional, hecho que en cierta medida propicia que los productores adopten fácilmente una postura de comerciantes. Los saberes adquiridos en un campo pueden transponerse fácilmente a otro.

Inicialmente, entre los promotores institucionales prevaleció una visión muy política del comercio justo y de los circuitos cortos de proximidad. El empleo del término «economía popular solidaria» por ciertos actores lo demuestra. En el opúsculo «Comércio Justo e Solidário» (Projeto Nacional de Comercialização Solidária 2010) se hace una marcada distinción entre el comercio justo como actividad comercial, en la cual prevalece un enfoque técnico-económico, y su percepción como movimiento social y económico. Es claro que en el documento referido se plasma la reflexión colectiva caracterizada por el segundo elemento, para hacer del comercio justo y solidario un espacio de cambio social. En el sector de los circuitos cortos locales se pueden apreciar ambas acepciones. Los actores que los dirigen asocian su preocupación ambiental en materia de sistemas de producción en función de la procedencia de los productos. Dos referencias mayores son citadas: la agroecología y la agricultura orgánica. Los defensores de una u otra postura mantienen vivos debates. Los partidarios de la agroecología sostienen que el enfoque de la agricultura orgánica se limita a un cuadro técnico-económico estrecho, sin tener una visión política sobre el cambio social. Ellos vinculan los circuitos cortos a la agroecología, y la consideran portadora de una visión crítica y de proposiciones políticas generales, notablemente en materia de equidad social para el acceso a la alimentación.

En segundo lugar, la agroecología y a veces la agricultura orgánica son una referencia constante en los discursos de los promotores tanto del comercio justo como de los circuitos de proximidad. La insistencia es más pronunciada en el segundo caso porque el primero concierne también a numerosos productos no alimentarios. Incluso si los productos formalmente etiquetados como provenientes de la agricultura orgánica o agroecológicos no representan más que 2 % de las compras de la CONAB en el marco del PAA, contra 1 % en 2009, pero un cuarto de las compras en el Paraná y un tercio en Santa Catarina (Pereira 2013), son presentados como el alma del programa. Como se señala en el párrafo precedente, el movimiento defensor de la agroecología, fuertemente impregnado de la búsqueda de la soberanía alimentaria, ha inspirado a los defensores del comercio justo y de los productos de proximidad.

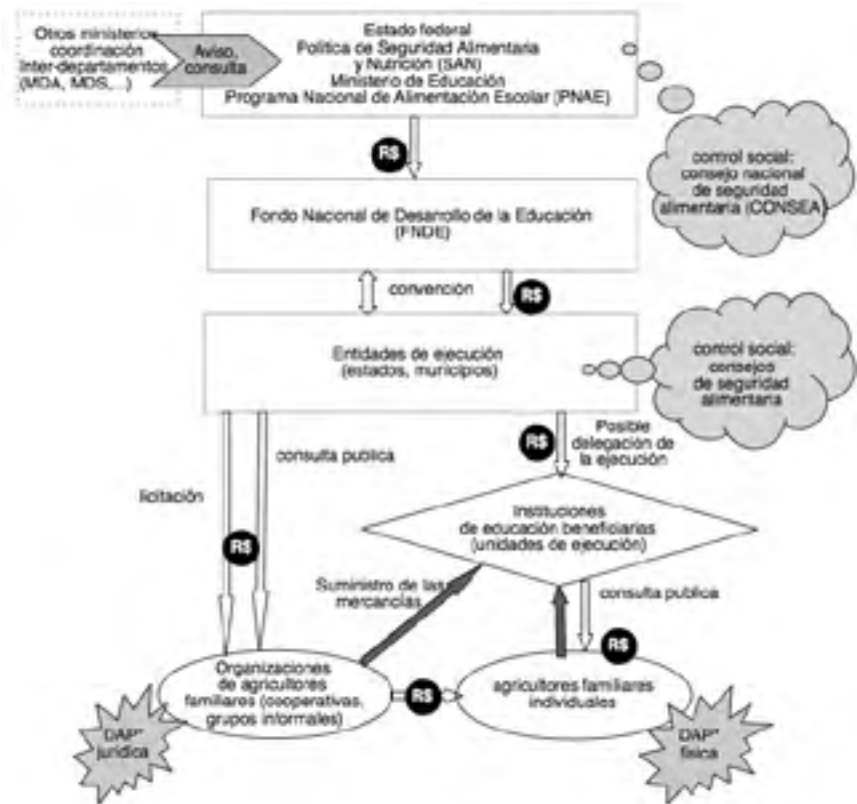
En tercer lugar, las mujeres y los movimientos feministas juegan un rol de primer orden. El balance de los 10 años del PAA les consagra un capítulo específico y señala su influencia en materia de acceso a los mercados de proximidad a través del valor agregado a los productos. En un país en que el acto de la producción está dominado por los hombres, el acceso a

ingresos estables mediante el manejo de la comercialización constituye un factor de emancipación para las mujeres. A esto contribuyen el comercio justo y las redes locales de comercialización. Siliprandi (2015) describe la diversidad de estrategias que ponen en marcha las mujeres para la valorización de productos no apreciados; tal es el caso de las actividades de recepción y bienvenida, el artesanado, en las que se mezclan las ventajas de la proximidad y del comercio justo.

En cuarto lugar, en las dos posturas, el Estado ha adoptado posicionamientos originales. El complejo de compras alimentarias locales, con el PAA y el PNAE, es un ejemplo. Ha sido elegido, y parcialmente exitoso, el recurso de hacer trabajar en sinergia los ministerios con objetivos diferentes, tales como el de Desarrollo Social, Educación, Desarrollo Agrario y de Agricultura. El enfoque político descrito en el primer párrafo lo inspira: «¿Qué es lo positivo de los circuitos alimentarios de proximidad o del comercio justo si no sirven manifiestamente para luchar contra la pobreza o el hambre?». Por ejemplo, hay una convergencia con la defensa de los quilombos o de la reforma agraria (Job Schmitt et al., 2013; Leite 2013). Tal planteamiento no es obvio. Pero también ha sido adoptado por el comercio justo en el pilotaje del Sistema Nacional de Comercio Justo y Solidario. Bajo la responsabilidad del Ministerio de Economía y del Empleo, se incluye el Ministerio de Desarrollo Agrario y el de Desarrollo Social y de la Lucha contra el Hambre. Estas imbricaciones son raras en la organización política y burocrática. A menudo son descalificados por motivos de poca practicidad o falta de realismo. El diagrama de la figura 2 muestra la complejidad de los sistemas implementados que, sin embargo, han mostrado cierta eficacia (Grisa et al., 2009).

La complejidad es real. Por un lado, en el plano financiero, porque es la conjunción de presupuestos de los ministerios de Desarrollo Social y de Desarrollo Agrario que permite al PAA aspirar a una dimensión estructural. Por otra parte, sobre el plano legislativo y reglamentario, el Estado ha sabido establecer un marco jurídico operado por la ley 11.326 del 24 de julio de 2006, modificado por las leyes 12.058 del 2009 y 12.512 del 2011, para la alimentación, y por el decreto 7.3518 del 17 de noviembre del 2010 para el comercio justo. En el conjunto legislativo y reglamentario se define en forma operativa, es decir, con las consecuencias sobre los derechos económicos y sociales de los actores, las nociones presentadas en otra parte como imprecisas o indefinibles, por ejemplo, «productor familiar» o «empresa económica solidaria». Justamente estos términos y las definiciones son los que permiten ligar el comercio justo y los circuitos cortos de

Figura 2: Diagrama de Organización del Programa de Adquisición de Alimentos (PAA).



Nota: Los flujos subrayados corresponden a las modalidades más comunes: la entrega simultánea, la leche y la compra local).

Fuente: Elaboración propia.

proximidad: el comercio justo debe ser una ventaja para los productores familiares, que han de participar bajo condiciones de solidaridad.

En fin, es importante constatar la convergencia entre los modos de certificación para el comercio justo y los circuitos cortos de comercialización locales provenientes de la agroecología. De forma similar, ambos se basan en tres opciones para construir la legitimidad igualmente reconocida por la legislación: 1) relacional o declarativa con posible control del Estado para la venta directa; 2) solidaria o participativa, para los grupos organizados y 3) externa o por terceros.



### Conclusión: de las posturas diferenciadas del Estado como actor central

Tanto en el sector del comercio justo como en los circuitos alimentarios de proximidad, hemos puesto en evidencia el papel de motor que ha desempeñado el Estado federal brasileño. Este ha consagrado de forma diligente, bajo la mirada del tiempo político, las proposiciones y las acciones encabezadas por la sociedad civil. Sin duda, esta integración ha sido más fácil por la apertura política a las concepciones defendidas por los promotores en estos campos de acción y por una cierta proximidad ideológica. La lucha contra la pobreza y el hambre, ilustrada por el plan *faim zéro* declarado desde el primer gobierno de Lula, jugó un rol unificador que sigue visible en los dispositivos jurídicos: se basa en el aumento del ingreso de los agricultores familiares, la puesta a disposición en las escuelas y los lugares públicos de una alimentación de calidad y la posibilidad de crear las actividades económicas justamente remuneradas. No obstante, el Estado no ha adoptado una postura monolítica. Por un lado, en el marco de los circuitos alimentarios de proximidad, ha apoyado financieramente en beneficio directo de los agricultores familiares e indirectamente a todos los «comientes pobres»; mientras que, en el caso del comercio justo, juega principalmente su papel de autoridad de legislador, con su capacidad para movilizar a los actores y de ese modo mantener el control en este campo de actividad.

Brasil representa así un caso de escuela, único hasta nuestros días, de convergencia de concepciones y de prácticas de comercio justo y de los circuitos cortos de proximidad.

### Bibliografía

AVILA, M. L., E. LIMA CALDAS Y S. R. AVILA

2013 «Coordenação e efeitos sinérgicos em políticas públicas no Brasil: o caso do Programa de Aquisição de Alimentos e do Programa Nacional de Alimentação Escolar», *PAA 10 anos de aquisição de alimentos*, Brasília, Ministério do desenvolvimento social e combate à fome.

BRANDENBURG, A., J. RUCINSKI Y P. SILVA JUNIOR

2008 «Os novos atores e o consumo de alimentos ecológicos: a associação de consumidores de produtos orgânicos do Paraná-ACOPA», *Estudos sociedade e agricultura*, 16(1).

## FACES DO BRASIL

2015 «O comércio justo e solidário no Brasil», en <<http://facesdobrasil.org.br/midioteca/faces-do-brasil/boletins-e-publicacoes/cartilha-sncjs.pdf?view=true>> [consulta: 16/11/2015].

GRISA, C., C. JOB SCHMITT, L. F. MATTEI, R. S. MALUF Y S. LEITE

2009 «O programa de aquisição de alimentos (PAA), Perspectiva, apontamentos e questões para o debate», Universidade Federal Rural de Rio de Janeiro, en <[http://oppa.net.br/acervo/publicacoes/Pesquisa\\_AABROPPA\\_Texto\\_paa\\_versao\\_livro.pdf](http://oppa.net.br/acervo/publicacoes/Pesquisa_AABROPPA_Texto_paa_versao_livro.pdf)>.

JOB SCHMITT, CLAUDIA, LEONILDE SÉRVOLO DE MEDEIROS, SÉRGIO PEREIRA LEITE, CATIA GRISA, ROSÂNGELA CINTRÃO Y SILVIA ZIMMERMANN

2013 «O programa de aquisição de alimentos em assentamentos de reforma agrária: implantação, impactos e perspectivas», en *PAA 10 anos de aquisição de alimentos*, Brasília, Ministério do desenvolvimento social e combate à fome.

JOHNSON, P. W.

2004 «Comércio Justo e Solidário Trad. Guilherme João de Freitas Teixeira», San Paulo, Instituto Pólis (Cadernos de Proposições para o Século XXI).

LEITE, S.

2013 *Políticas de Desenvolvimento Territorial e Enfrentamento da Pobreza Rural no Brasil*, Rio de Janeiro, CPDA/UFRRJ.

MORUZZI-MARQUES, P. E. Y T. FERREIRA NOBRE DE LACERDA

2009 «Agriculture biologique et agriculture familiale au Brésil. Pour une inscription territoriale des agriculteurs écologistes», *Économie rurale*, pp. 313-314.

MASCARENHAS, GILBERTO CARLOS CERQUEIRA

2007 *O movimento do comércio justo e solidário no Brasil: entre a solidariedade e o mercado*, tesis de doctorado inédita, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Brasil.

PEREIRA GALINDO, ERNESTO, REGINA HELENA ROSA Y MICHEL ANGELO SAMBUICHI CONSTANTINO DE OLIVEIRA

2013 «Compras de produtos agroecológicos e orgânicos da agricultura familiar pelo programa de aquisição de alimentos», en *PAA 10 anos de aquisição de alimentos*, Brasília, Ministério do desenvolvimento social e combate à fome.

PROJETO NACIONAL DE COMERCIALIZAÇÃO SOLIDÁRIA

2010 «Comércio Justo e Solidário», Brasília, IMS.

SILIPRANDI, E.

2015 *Mulheres e agroecologia – transformando o campo, as florestas e as pessoas*, Río de Janeiro, UFRJ.

VILLA REAL, L. C Y S. SCHNEIDER

2011 «O uso de programas públicos de alimentação na reaproximação do pequeno produtor com o consumidor: o caso do programa de alimentação escolar», *Estudo & Debate*, 18(2), pp. 57-79, en <<http://www.univates.br/revistas/index.php/estudoedebate/article/view/125/200>>.

# Construcción de una ruralidad contemporánea. El caso de la región Midi Pirineos desde el año 2000 hasta nuestros días<sup>1</sup>

Michaël Pouzenc<sup>2</sup>

Desde inicios del siglo xx, en Francia —al igual que en otros países— el furor por los modelos alternativos de comercialización no disminuye y no deja de cuestionarse (Pouzenc 2016). En este crecimiento de iniciativas, las Asociaciones de Responsabilidad Compartida de la Agricultura Campesina (AMAP) nos parecen particularmente interesantes, porque no se definen tanto como circuitos cortos de comercialización, sino como un colectivo de reflexión y de acción solidaria en favor de una articulación entre los lazos sociales y económicos, al menos por lo que concierne a la agricultura y la alimentación. ¿Cuáles son las bases de su éxito? Entre productores y consumidores, ¿cuál es la combinación de proximidad espacial, social y cultural que estos modelos ponen en juego? ¿Qué sentido adicional incorporan las AMAP a los productos y a los actos de compra? ¿Qué lugar y qué formas de ruralidad adoptan?

Estas preguntas son estudiadas desde 2007-2008, periodo durante el cual el Consejo Regional Midi Pirineos ha cofinanciado un programa de investigación intitolado Las relaciones de proximidad entre agricultores y consumidores: puntos de venta colectivos y AMAP en Midi Pirineos (Pouzenc et al. 2008). Este programa se ha enfocado a la transformación

<sup>1</sup> El texto, originalmente escrito en francés, fue traducido al español por Alma Amalia González Cabañas.

<sup>2</sup> LISST, Université de Toulouse, CNRS, EHESS, ENSFEA, UT2J, Francia.

del vínculo entre agricultores y consumidores, tal como se manifiesta en el desarrollo de circuitos cortos de proximidad. El estudio ha servido para precisar la naturaleza de los compromisos de los actores, identificar las novedades aportadas por estos modelos de consumo, de producción y de intercambio, así como para clarificar el lugar de lo local en relación con el terruño y analizar los modelos de coordinación en marcha. Desde entonces, nosotros seguimos su evolución a través de publicaciones periódicas y sitios internet, entrevistas a personas clave y la actualización cada dos o tres años del inventario de las AMAP y de sus productores en Midi Pirineos. Aunado a una serie de publicaciones académicas sobre el tema, esto nos permite seguir la reflexión y tener una visión actualizada con regularidad (Pouzenc 2008; Olivier, Pouzenc y Pilleboue 2011 y Pouzenc y González 2014). En el curso de estos años se evidencia la rápida propagación de las AMAP en los espacios urbanos, periurbanos y rurales; al mismo tiempo, se concretiza su participación en un modelo cultural de actualidad que afirma su contribución a la construcción de una ruralidad contemporánea.

### **Las AMAP: un modelo original**

Abordamos aquí el caso de Denise y Daniel Vuillon, productores hortícolas de Ollioules, en el departamento de Var (sureste de Francia), quienes inspirados en antiguas experiencias<sup>3</sup> de Japón, Estados Unidos y países europeos abastecieron originalmente al primer grupo de consumidores. La primera AMAP fue creada en 2001 y desde el inicio se plantea el objetivo de multiplicarse en el seno de la asociación Alliance Provence. Esta asociación forma parte de la red Alianza Campesina Ecologista-Consumidor, que se reagrupa con varias asociaciones a nivel nacional. En cumplimiento de la deposición de la sigla AMAP ante el INPI (Instituto Nacional de la Propiedad Intelectual), en 2002 Alliance Provence crea su carta normativa, que sirvió igualmente para elaborar su marco regulador de prácticas. Esto ha permitido a otras regiones, tal como ha sido el caso de Midi Pirineos, ampararse en los principios enunciados y aterrizar localmente estos colectivos. En este sentido, la carta normativa<sup>4</sup> de Alliance Provence es el texto fundador de las AMAP. Inicialmente, esta carta presenta un diagnóstico de los grandes desequilibrios que amenazan a nuestras sociedades

<sup>3</sup> Para la precisión sobre las filiaciones de estas diferentes experiencias, véase Lagane (2011).

<sup>4</sup> En <[www.reseau-amap.org/docs/chartedesamap.PDF](http://www.reseau-amap.org/docs/chartedesamap.PDF)> [consulta: 25/02/2008].

y sugiere, que por cuanto a la producción agrícola, las AMAP son una vía para enfrentar tales desequilibrios. Igualmente, evoca en todo momento los grandes problemas contemporáneos: el cambio climático, la crisis petrolera, la contaminación y el desperdicio, el riesgo para la seguridad alimentaria y la salud y la disminución de la biodiversidad. Posteriormente perfila un contraproyecto de la sociedad actual, el cual tiene una dimensión humana, respetuoso de la naturaleza, el ambiente y los animales, que propone productos de buena calidad gustativa, sanitaria y ambiental. La realización de este proyecto se basa en el apoyo a la agricultura campesina local y al comercio solidario, el respeto a las normas sociales, la proximidad entre el productor y los consumidores, la ausencia de intermediarios, un precio justo fijado por los productores y los consumidores y la solidaridad de los consumidores con el productor ante los peligros de su actividad.

Las AMAP, que respetan estos principios, permiten que los agricultores tengan «un ingreso estable, justo y al abrigo de las fluctuaciones de los mercados», favoreciendo la permanencia de las «granjas de proximidad», su instalación y su transmisión. Las «prácticas agrícolas ecológicas sostenibles» permitirían a los consumidores acceder a «productos alimentarios locales de calidad, sanos y de la estación». Por su naturaleza misma, las AMAP contribuirían a tejer nuevas relaciones sociales «entre productores y consumidores, entre ciudadanos urbanos y rurales, entre las ciudades y el campo».

En la práctica, la carta de Alliance Provence plantea 18 principios concernientes a los puntos que enunciamos a continuación:

- Una producción de dimensión humana, respetuosa de la naturaleza e inscrita en la Carta de la agricultura campesina elaborada en 1998, en el coloquio de Rambouillet, Francia, organizado por la Federación de las Asociaciones para el Desarrollo del Empleo Agrícola y Rural.
- Una agricultura sin insumos químicos ni pesticidas de síntesis.
- La proximidad del productor y de los consumidores.
- La solidaridad de los consumidores con el productor frente a los riesgos de la producción.

La carta prevé un contrato en el cual cada consumidor suscribe con el productor la recepción de canastas de productos por el periodo de una estación (seis meses o más). Más precisamente, el «comiente» paga por adelantado, al inicio de la estación, una parte de la producción que le es entregada periódicamente; en general, una entrega semanal en el caso de

canastas de legumbres. Esta noción de pagar por adelantado una parte de la producción corresponde al compromiso que liga fuertemente al comiente con el productor, mediante el cual asume el riesgo de que la cantidad del producto que se reciba sea a veces menor a lo previsto, a causa de los diversos riesgos a los que está sometida la producción agrícola. El precio de esta parte de la producción es el objeto de una discusión en el interior de cada AMAP, ya que se busca un equilibrio entre la alineación sobre el precio del mercado (con frecuencia el precio medio de los productos orgánicos en los mercados a cielo abierto sirve de referencia), la «justa remuneración» del productor y la consideración de las actividades específicas de cada explotación. El contenido de la canasta (gama de productos y cantidades) y los modos de producción son igualmente objeto de discusión dentro de la AMAP, lo cual muchas veces se hace directamente en la explotación misma. La solidaridad de los comientes hacia el productor no es exclusivamente financiera, sino que puede concretarse en «ayudas directas» de trabajo sobre la explotación. Estos elementos hacen decir al presidente de la red de las AMAP Midi Pirineos que estas asociaciones no forman parte de los «circuitos cortos agroalimentarios», en el sentido de que no se trata de una relación mercantil productor-consumidor, sino que se basan en una asociación productor-comiente fuera del mercado.<sup>5</sup>

### **El crecimiento de las AMAP en los espacios urbanos, periurbanos y rurales**

La primera AMAP francesa aparece en 2001 en la región Provence-Alpes-Côte d'Azur. La región de Midi Pirineos no se queda largo tiempo al margen de este fenómeno y crea su primera AMAP en 2003. Sus asociaciones se multiplican rápidamente. Por censos regulares, nosotros hemos contado una centena en 2007; aproximadamente 120 en 2009; 170 en 2011; 240 en 2014 y 200 en 2017. Después de una década de fuerte crecimiento, su disminución aparente entre 2014 y 2017 corresponde en realidad a una estabilización: se registran en ese periodo 31 cierres contra 21 creaciones. Sin embargo, la evolución principal es la tendencia a multiplicarlas alrededor de un mismo colectivo (una de legumbres + una de aves de corral + una de quesos...). Como ejemplo, entre una decena más, Escale AMAP reagrupa actualmente a seis que hasta ahora tenían nombres diferentes. Paralelamente a este movimiento de simplificación, el desarrollo

<sup>5</sup> Respuesta a la revista *Durable*, publicada en 2006 en el sitio <[www.amapreseau-mp.org](http://www.amapreseau-mp.org)> [consulta: 25/02/2008].

de nuevas «ramas» (una «rama» por nuevo producto propuesto: huevos, queso, bovino, puerco, cordero, frutas, cereales) se sigue en una cincuenta de AMAP.

El número de productores implicados parece igualmente estabilizado: nosotros hemos identificado cerca de 200 en 2017. Desafortunadamente, solo tuvimos acceso a informaciones parciales; el número total de productores implicados debe mantenerse entre 200 y 250.

El crecimiento de las AMAP se da en todos los puntos de la región. Participan los ocho departamentos, aunque los periféricos son menos activos. Igualmente, la red de las AMAP no es un fenómeno particular y fuertemente localizado, sino que concierne a todo tipo de espacio.

No obstante, su expansión se da de manera muy diferente entre los espacios rurales, urbanos y periurbanos. Sobre la base de zonificación de áreas urbanas establecida por el INSEE (Instituto Nacional de la Estadística y de los Estudios Económicos) en 1999,<sup>6</sup> desde el censo de 2007 las AMAP de Midi Pirineos aparecen como un fenómeno principalmente urbano en función de sus lugares de distribución (67 % se ubican en área urbana y 23 % en espacios predominantemente rurales [véase cuadro 1]). Tan solo el polo urbano de Toulouse reagrupa más de la mitad de los lugares de distribución. Todos los barrios de Toulouse tienen sus propias AMAP; la capital regional constituye igualmente, y por mucho, el principal hogar de desarrollo de las AMAP.

Paralelamente, las AMAP son un fenómeno sobre todo rural por lo que respecta a los lugares de producción: 64 % de estos se localizan en espacios predominantemente rurales y 13 % en áreas urbanas. Las AMAP son, por el contrario, poco periurbanas: 10 % de los sitios de distribución y 23 % de los de producción se sitúan en la corona periurbana.

El número de espacios de distribución en área urbana ha disminuido un poco en beneficio de aquellos en el medio rural; igualmente, la cifra de lugares de producción en área urbana ha disminuido ligeramente en beneficio de los ubicados en área periurbana. A excepción de estos dos señalamientos, la repartición de las AMAP fue considerablemente estable de 2007 a 2011, al menos desde el punto de vista de las delimitaciones de áreas urbanas en 1999.

<sup>6</sup> Esta zonificación establece una diferencia entre espacios principalmente urbanos y espacios principalmente rurales. Los primeros (áreas urbanas) corresponden a los polos urbanos más sus coronas periurbanas. Los segundos, a todos los espacios exteriores a las áreas urbanas. Una versión de esta zonificación fue establecida en 1999 por el INSEE y la versión más reciente es de 2010.



**Cuadro 1.** Lugares de distribución y producción de las AMAP de Midi Pirineos durante el periodo 2007 a 2017.

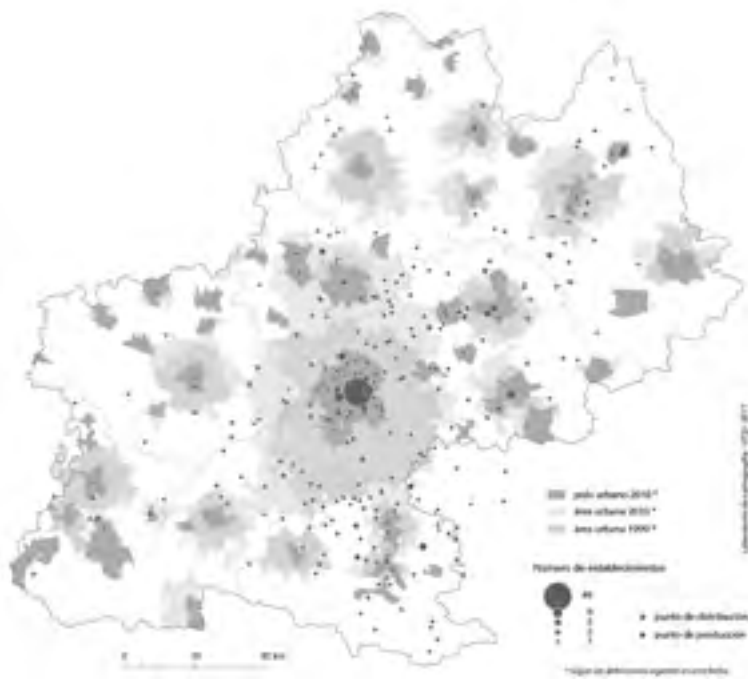
Lugares de distribución y producción	En función de la zona en áreas urbanas 1999						En función de la zona en áreas urbanas 2010			
	2007 (%)		2009 (%)		2011 (%)		2014 (%)		2017 (%)	
	Producción	Distribución	Producción	Distribución	Producción	Distribución	Producción	Distribución	Producción	Distribución
En un polo urbano	13	67	9	59	9	57	14	70	14	69
Polo urbano de Toulouse	8	54	4	50	4	47	4	47	5	47
En la corona periurbana	23	10	34	17	26	12	40	19	40	19
Corona periurbana de Toulouse	10	9	18	10	13	9	40	12	40	10
Fuera de las áreas urbanas	64	23	57	24	65	31	15	11	16	12

**Fuente:** Elaboración propia.

El dato cambia durante la década de 2010 en razón de la disminución del número de AMAP y, más marcadamente, por la ampliación de las coronas periurbanas, tal como se refleja en las delimitaciones de la zonificación en áreas periurbanas 2010 (mapa 1). Las AMAP continúan apareciendo como un fenómeno ampliamente urbano por los lugares de distribución; los de producción se sitúan principalmente en el espacio rural y en el periurbano más alejado de los polos urbanos o de más reciente creación. Estos elementos dejan suponer la existencia de al menos dos tipos de espacios periurbanos manejados de manera concéntrica. Un primer círculo, alrededor de la ciudad principal, corresponde a las zonas periurbanas antiguas, donde las AMAP tienen un débil crecimiento. Este tipo de espacio se asienta en tierras cultivadas o en otras que han dejado de cultivarse desde hace poco tiempo, pero cuyo uso agrícola probablemente desaparecerá a corto o mediano plazo por las presiones sobre la tierra en favor de la urbanización. Un segundo círculo corresponde a las zonas periurbanas recientes (posterior a 1999 según las definiciones del INSEE) o las

más alejadas de los polos urbanos —menos sometidos a la presión de la tierra—, las cuales son más propicias a una relación asociativa con la agricultura. Esta dinámica no es la única en las regiones; contrariamente a lo que sucede en Altos Pirineos, en los departamentos de Tarn y de Ariège se ha dado un fuerte desarrollo de las AMAP, lo que deja ver que las dinámicas departamentales pueden ser tan determinantes como el carácter rural, periurbano reciente o periurbano antiguo de los espacios participantes.

**Figura 1.** Mapa de las AMAP en 2014 en Midi Pirineos: posicionamiento en relación con áreas urbanas.



**Fuente:** Laboratorio de cartografía UT2J, 2017. Inventario en 2014 de los sitios web de la red regional de AMAP ([www.amapreseau-mp.org](http://www.amapreseau-mp.org)), de la red departamental de AMAP del Tarn ([www.reseauamaptarn.fr](http://www.reseauamaptarn.fr)), de Avenir bio ([www.avenir-bio.fr](http://www.avenir-bio.fr)) + investigación en internet para actualizar los inventarios anteriores, como continuación del estudio.

La comparación con los estudios conducidos en otras regiones permite relativizar el análisis. En Midi Pirineos, región predominantemente rural y orientada alrededor de su metrópoli, de una vasta corona periurbana con baja densidad de población, uno no puede más que impresionarse por

la profusión de experiencias que se desarrollan en todo tipo de espacios a partir de medios asociativos extremadamente diversos o, más ampliamente, de redes de relaciones sociales muy heterogéneas y muy localizadas. Cabe señalar que en cada una de estas experiencias todos los participantes se involucran en preocupaciones que atraviesan al conjunto de la sociedad. En este sentido, las AMAP de esta región parecen corresponder a un medio innovador difuso (Olivier, Pouzenc y Pilleboue 2011). El caso de la región PACA (Provence-Alpes-Côte d'Azur) es diferente: las AMAP son esencialmente un atributo de las zonas metropolitanas de Aix-Marseille y pueden analizarse más claramente en términos de clúster, o más precisamente de sistema agroalimentario localizado (Minvielle, Consales y Daligau 2011). Al contrario, en la región rural del Limousin, las AMAP establecidas fuera de los polos urbanos son mayoritarias y se apoyan en una proximidad social entre agricultores diplomados y nuevos habitantes de los espacios rurales, alrededor de una forma de gentrificación (Richard et al. 2014). En la región rural de Béarn, con alrededor de 240 000 habitantes, los lugares de distribución de las AMAP son esencialmente urbanos, pero los de producción se sitúan tanto en espacio rural como en corona periurbana o en polo urbano (Arnaud, Douence y Mercier 2011).

Igualmente, el desarrollo diferenciado de las AMAP entre espacio rural, periurbano reciente, periurbano antiguo y espacio urbano parece específico de Midi Pirineos y su amplia corona periurbana poco densa alrededor de Toulouse. Las lógicas espaciales de las AMAP no son uniformes y su contribución a la reproducción de las categorías espaciales preestablecidas varía de una región a otra. Para identificar su contribución a la construcción de las ruralidades contemporáneas, el análisis debe ser complementado desde otras perspectivas.

### *Las AMAP, una cierta forma de hacer sociedad*

De acuerdo con sus principios, ¿en qué sentido constituyen las AMAP una respuesta original a las cuestiones agrícolas y alimentarias que se debaten en una sociedad de consumo y de desarrollo sustentable? ¿Acaso esta originalidad no obedece fundamentalmente a un conjunto de proposiciones para una cierta forma de «hacer sociedad?» Para abordar estas preguntas, examinamos las proposiciones del movimiento de las AMAP tomando como apoyo una interpretación de la lectura de Bajoit. En particular, al referirse a sus trabajos sobre el cambio sociocultural y la acción colectiva,

tanto entre los jóvenes europeos como entre los actores del desarrollo en países del sur, principalmente latinoamericanos, este autor identifica cinco problemas propios de vivir juntos y que deben tomarse en cuenta cada vez que se trata de «hacer sociedad»:

1. Manejar la producción de riqueza, de tal manera que la colectividad produzca más bienes de los que consume.
2. Manejar el orden interno, sin lo cual la colectividad se debilitará y sus miembros vivirán en una inseguridad permanente.
3. Manejar la socialización de los roles sociales y su integración, porque sin división del trabajo la colectividad no podrá adaptarse a su medio ni asegurar su continuidad de generación en generación.
4. Manejar el consenso y la solidaridad entre las categorías sociales con intereses diferentes, de otro modo la colectividad será destruida por las desigualdades y los conflictos insuperables.
5. Finalmente, hay que manejar las relaciones entre las colectividades, ya que con ello se evita tener una sociedad constantemente amenazada o en guerra (Bajoit 2003:20).

En lo que toca a manejar la producción de riquezas, las AMAP ponen el acento sobre la justa remuneración del productor y sobre la solidaridad del comiente frente a los riesgos de la producción. El énfasis es puesto igualmente sobre un cierto tipo de agricultura, en valorizar las explotaciones de tamaño modesto, cerca de los lugares de consumo, combinando una gran diversidad de culturas y no utilizando productos químicos de síntesis, en reacción a las tendencias de la agricultura durante las últimas décadas que ponderan las grandes explotaciones especializadas, con un fuerte consumo de insumos y que colocan su producción en los grandes mercados internacionales.

Si los objetivos son bien establecidos, tanto para el tipo de asociación productores-comientes como para la clase de agricultura a apoyar, diversas modalidades pueden inventarse al interior de cada AMAP y de las redes de las AMAP, tal como enunciarnos en seguida:

- Por cuanto a las bases sobre las cuales se federan los colectivos de comientes: militantes por una economía solidaria, militantes para una agricultura campesina, asociaciones de protección del ambiente, redes de padres de familia preocupados por la calidad de su alimentación...
- Para hacer funcionar el colectivo: desarrollar los útiles informáticos de gestión, definición de tiempos y de lugares de convivencia, complementariedad con otras actividades, por ejemplo, culturales...

- Para construir la confianza en los modos de producción: visitas a las granjas, certificación participativa, certificación oficial de Agricultura Orgánica...
- Para enfrentar los problemas que encuentran los agricultores: toma de posición en los debates políticos sobre la agricultura urbana, creación de un fondo de garantía para los productores a fin de preservar la propiedad de las tierras agrícolas...
- Para hacer que los colectivos de productores-comientes se multipliquen: útiles de comunicación, participación en diferentes salones y manifestaciones, métodos de acompañamiento de productores...

Por lo que toca a la gestión del espacio interno, el acento es puesto en la firma de un contrato, entre cada comiente y el productor, definido anticipadamente para una estación de cultivo o incluso un año, en el que se reconozcan las fuertes restricciones de ambas partes. El productor asume el compromiso de realizar prácticas culturales respetuosas del ambiente, las cuales llegan a resultar pesadas en cuanto al tiempo de trabajo requerido. Asume igualmente el compromiso de entregar cantidades y diversidad de alimentos limpios para satisfacer las expectativas de los comientes a lo largo del ciclo de cultivo, excepto ante riesgos ambientales erráticos. En contrapartida, los comientes se comprometen a recibir las entregas regulares de una canasta, por ejemplo, cada semana, si se trata de legumbres; en general, ellos intervienen en su composición, pero pueden incluirse alimentos que no necesariamente formen parte de su consumo habitual y que, eventualmente, les sea necesario aprender a cocinar. Los comientes deben estar organizados para apoyar el trabajo del productor al momento de la distribución de los alimentos y, en caso necesario, estar capacitados para sustituirlo en esta labor. En ocasiones, los consumidores expresan su solidaridad frente a la sobrecarga de trabajo puntual, como en los momentos de cosecha o la reparación de un invernadero destruido por una tormenta.

Concerniente a la socialización de los roles sociales y a su integración, el énfasis es puesto en la discusión colectiva con los otros comientes y el productor. Compartir las experiencias puede igualmente permitir a cada uno hacer su propio aprendizaje de una nueva relación con la agricultura y la alimentación.

En lo que respecta a manejar el consenso y la solidaridad entre categorías sociales que tienen intereses diferentes, se hace hincapié en la discusión colectiva con el productor. Se trata de construir la confianza y de negociar una relación justa entre productor y comientes. De manera menos

evidente, pero que aparece en las entrevistas efectuadas por nuestro grupo de estudio (Pouzenc et al. 2008), la AMAP aparece igualmente como una escuela de tolerancia entre grupos sociales distintos e individuos con comportamientos disímiles. Como principio, todas las AMAP son abiertas, pero también se esmeran por alcanzar un número de adherentes suficiente para su buen funcionamiento. De manera indistinta atraen a los *bobos*,<sup>7</sup> pero también a otras categorías de población, tanto a militantes fuertemente implicados como a adherentes en su rol simple de consumidores. En buen número de casos, la solidaridad parece ejercerse de manera diferenciada: fuerte al interior del «núcleo duro» de los adherentes, pero también puede ser limitada entre los otros, como lo muestran diferentes sitios internet de AMAP que informan de la pérdida masiva de adherentes después de una dificultad en la granja del productor, por ejemplo, casos de invernaderos arrasados por una tempestad; o la débil participación en la última jornada de «mano vuelta» en la granja. En la heterogeneidad de las categorías sociales y de comportamientos, cada uno de los involucrados tiene que encontrar un terreno de entendimiento con los otros o emprender su partida.

Por cuanto a las relaciones con las otras colectividades, el acento es puesto en la autonomía de cada AMAP y la independencia del movimiento frente a cualquier otra estructura. Por ejemplo, la red de las AMAP Midi Pirineos ha tenido a bien precisar en la página de inicio de su sitio de internet: «no somos una administración, ni una estructura de desarrollo agrícola, ni una asociación de consumidores, ni una organización comercial, ni un organismo de control».<sup>8</sup> Además, como señala Jean Pilleboue, «es clara la tentativa de intentar organizar la calificación de los productos independientemente del marco propuesto por el Estado (signos oficiales de calidad) y de romper con los sistemas creados por la gran distribución» (Olivier, Pouzenc y Pilleboue 2011:125).

El principio de independencia siempre se ha aplicado con ciertos matices. En 2005, la consideración de federar el movimiento a nivel nacional fue el corazón de una fuerte tensión entre representantes de diferentes AMAP regionales; unos deseaban la intervención de profesionales del desarrollo agrícola, mientras otros se opusieron fuertemente a esa medida.<sup>9</sup> Desde entonces, ciertas redes regionales de AMAP (Rhône-Alpes, Aquitaine) colaboran más activamente que otras (Midi Pirineos, Champagne-Ardennes) con las estructuras de desarrollo agrícola. De

<sup>7</sup> Es el acrónimo francés para burgués bohemio.

<sup>8</sup> <[www.amapreseau-mp.org/](http://www.amapreseau-mp.org/)> [consulta: 20/08/2011].

<sup>9</sup> <[www.amapreseau-mp.org/](http://www.amapreseau-mp.org/)> [consulta: 20/08/2011].

cualquier modo, ninguna red de AMAP rechaza participar en un debate público cuando se trata de solicitar el apoyo de los colectivos para una política en favor de la instalación de productores en zona periurbana.

En cuanto a las relaciones con otras formas de intercambio económico entre agricultores y consumidores, allí la independencia no puede ser completa. Por una parte, una AMAP proporciona solo una parte de la alimentación de sus adherentes y solo es complementaria de los circuitos «clásicos» de aprovisionamiento. De igual modo, la gran mayoría de los productores de una AMAP no se comprometen en forma exclusiva y comercializan su producción a través diferentes canales concebidos como complementarios (otras AMAP, venta directa, mercados semanales, entre otras opciones). Por otra parte, el precio de los productos no puede alejarse mucho del precio medio de los productos orgánicos de los mercados semanales; de otro modo, un número importante de adherentes de las redes se considerarían perjudicados. Desde luego, este debate forma parte de fuertes discusiones sobre la justa remuneración al productor.

Consideramos que con este juego de principios, las AMAP aportan su piedra a la construcción de lo que Bajoit denomina «un modelo cultural identitario», que se ha establecido como predominante. El autor describe sus rasgos más marcados como respuestas a los cinco problemas de vivir juntos, planteados anteriormente:

- «El progreso está sometido a la crítica y es directamente responsable de la calidad de vida» (Bajoit 2003:69). Las AMAP se fundan justamente como respuesta a la modernización tecnológica y productivista de la agricultura, con el afán de valorizar la solidaridad y la calidad de la alimentación.
- «La democracia debe ser menos ideológica y más moral y pragmática; por lo tanto, más acorde al ciudadano autónomo y al experto» (Bajoit 2003:69). Las AMAP buscan soluciones locales para la equidad de las relaciones entre productores y comientes; cada adherente es actor de su alimentación y contribuye a la definición de modos de producción y a la producción misma; las AMAP desarrollan sus propios expertos, por ejemplo, en materia jurídica o en materia de apoyo a la instalación de productores.
- «El contrato social está más basado en el reconocimiento de las especificidades y la equidad que en la igualdad» (Bajoit 2003:69). Como plantea el punto precedente, las AMAP buscan soluciones locales para la equidad de las relaciones entre productores y comientes.

- «El sentido del deber cede lugar al derecho de la autorrealización» (Bajoit 2003:69). La adhesión a una AMAP es cuestionada cada año; renuevan su adhesión aquellos que de una manera u otra «se sienten recompensados».
- La nación debe mostrar a los más grandes y a los más pequeños que «las identidades territoriales no se borran, sino que se desplazan más allá de la nación: por encima de esto, las personas se sienten ‘ciudadanos del mundo’ y así revalorizan su ‘terruño’, su cultura local. De ese modo lo global y lo local se articulan y coexisten con más o menos éxito. Vemos reformular poco a poco lo que hoy se ha acordado en llamar redes que enlazan lo local a lo global» (Bajoit 2003:69). Una AMAP es una construcción local enfocada a aportar respuestas a los problemas de seguridad alimentaria y de protección del ambiente planteados a escala planetaria.
- [Así] «Los cinco principios de fondo del modelo identitario no se reducen a la crisis y a la descomposición del modelo industrial. Forman un todo coherente —en el que todo se integra—, una concepción positiva del mundo, un modelo cultural alternativo. Nosotros estaríamos, así, pasando de un modelo cultural industrial, fundado en los principios centrales del progreso y de la razón, a un modelo identitario, fundado en los principios de independencia y autorrealización individuales. El primero se basa en la prioridad de lo social; el segundo, en el individuo» (Bajoit 2003:77).

En este sentido, en su búsqueda de una alternativa a la sociedad de consumo, las AMAP se inscriben plenamente en el modelo cultural dominante.

La propuesta de las AMAP, centrada en la producción agrícola, de algún modo contribuye a «hacer sociedad», por su rechazo a la sociedad de consumo y, al mismo tiempo, por su adecuación al actual modelo cultural. De hecho, participan en la construcción de un conjunto de relaciones sociales y espaciales. y en un momento dado cabe preguntarse si no se trata más precisamente de la construcción de una cierta ruralidad.

### **Agricultura, naturaleza y localidad**

En las encuestas conducidas en 2010 por Pierre Bitoun y sus colaboradoras con las AMAP de la región centro, la solidaridad con los agricultores, la



calidad de los productos y el respeto al ambiente forman claramente el trío a la cabeza de las motivaciones de los adherentes, pero al mismo tiempo es difícil establecer la jerarquía entre las tres (Bitoun 2011). Estas encuestas confirman que la puesta en marcha de las AMAP corresponde a una movilización en favor de una idea determinada de la agricultura y de los agricultores. Como se ha planteado anteriormente, el objetivo es apoyar que se mantengan las explotaciones de pequeña magnitud, próximas a los lugares de consumo, que combinan una gran diversidad de cultivos y no utilizan productos químicos sintéticos. Se suele iniciar la relación con un solo agricultor y posteriormente se amplía a otros, y se desarrollan varias ramas que permiten completar el aprovisionamiento inicial —generalmente de legumbres— con el de frutas, carne, quesos, huevos...

Esta solidaridad hacia aquellos que practican el tipo de agricultura referido se refuerza por el vínculo con la alimentación que demanda el involucramiento de cada adherente de una AMAP en la producción agrícola y su participación en algunos trabajos en la explotación. Igualmente, se negocian con el productor los compromisos y los precios, el contenido de las canastas y el trabajo necesario para producir; más ampliamente, se trata de forjar una cultura de los alimentos, de la calidad, de los ciclos de producción, de las operaciones necesarias para obtenerlos y las condiciones de riesgo que influyen en las cosechas. Cada uno de los que intervienen en una AMAP son actores de la producción agroalimentaria; la agricultura es asunto de todos y así la solidaridad hacia los agricultores se vuelve algo «natural». ¿Cómo no asumir esta cultura agrícola y alimentaria como una cultura rural, cuando sus componentes pueden considerarse la evidencia de la época pasada de una sociedad francesa mayoritariamente rural, en la que gran parte de su población estaba cercana a los agricultores, ya fuesen vecinos o miembros de su familia? Incluso, si el movimiento AMAP se posicionara más en términos de resistencia que de desarrollo,<sup>10</sup> no se trata puramente de una supervivencia cultural. Su apertura a las preocupaciones planetarias y su difusión sobre una base asociativa más que familiar o de vecindad corresponde más a una reconstrucción que a una simple reactivación de esta cultura rural.

De manera muy ligada a la defensa de la relación con un tipo de agricultura, la puesta en marcha de las AMAP corresponde igualmente a la construcción de un modo de relación con la naturaleza. No se trata de

<sup>10</sup> Intervención del representante del MIRAMAP (Movimiento Interregional de las AMAP) en la Universidad de verano del desarrollo local, organizada por UNADEL y la Universidad de Toulouse-Le Mirail, en el Centro universitario de Foix, septiembre de 2010.

la naturaleza salvaje protegida de las ambiciones del hombre, tal como lo ostentan algunas organizaciones ecologistas, ni de la naturaleza como paisaje, como cuadro a contemplar en las zonas turísticas o un recuadro de la vida en las zonas residenciales; se trata de una naturaleza accesible, respetada, al mismo tiempo que es puesta a producir. En este sentido, consideramos que el mejor término para calificar la naturaleza a la cual nos referimos aquí es el término «el campo». No importa que la relación con la naturaleza se establezca en espacios marcados como «rurales» por la estadística o dentro de espacios muy fragmentados y encajonados en algún polo urbano. Es «el campo» lo que define esta relación con la naturaleza. Al respecto, la iconografía movilizada por los sitios en internet de las AMAP en las diferentes regiones es notoria por su constancia: por doquier dominan las fotos de invernaderos y de campos cultivados en un marco muy verde; por doquier la urbanización es invisible, ya sea que se trate de una AMAP en región PACA, principalmente concentrada en el área urbana de Marsella (Minvielle et al. 2011) o una AMAP en Midi Pirineos, cuyos lugares de producción se encuentran mayoritariamente más allá de las coronas periurbanas «antiguas»; dicho de otro modo, más allá de las coronas periurbanas delimitadas en 1999 (Pouzenc et al. 2008).

Esta modalidad de relación con los agricultores, con la producción agrícola y con la naturaleza supone la construcción de un espacio local centrado en la agricultura. De este modo, una AMAP establece relación con uno o varios lugares de producción, considerados como «granjas de proximidad». En buen número de casos, la proximidad en cuestión es muy relativa, al menos en su dimensión geográfica: para las AMAP tolosanas, 80% de los lugares de producción encuestados en 2007 estaban a más de tres cuartos de hora del domicilio de los adherentes; en PACA, Minvielle y sus colaboradores (2011) calcularon en 72 km y 49 minutos de trayecto la distancia media entre los lugares de producción y los de distribución. Sin embargo, cuando se observan las dinámicas de las AMAP, la construcción de un espacio local aparece como un objetivo fundamental, ya que se han multiplicado en lugares de convivencia, por ejemplo, en un cinema alternativo o una sala de fiesta en la que se organizan diversos grupos de discusión. Más que «comer local» el objetivo de estos mercados es cultivar un cierto arte de vivir juntos. Las experiencias o tipos de AMAP continúan su diversificación por medio de la creación de asociaciones híbridas que entrelazan una AMAP con grupos de compra y asociaciones culturales locales que organizan debates políticos. Igualmente, en lo que respecta a

estas bases sociales y culturales puede decirse que ciertas AMAP no están lejos de evolucionar a ser asociaciones de desarrollo local.

El carácter rural del espacio local construido en torno a las AMAP aparece muy desigual. En sus discursos, las delimitaciones de lo rural y de lo urbano, las distinciones entre habitantes de las ciudades y habitantes del campo importan poco; a veces surgen en una discusión, pero no son el objeto de reflexión. En los hechos, en PACA, las AMAP han nacido de la preocupación por reactivar históricos nodos de horticultores ahora en dificultades, ubicados en espacios que fueron fuertemente urbanizados. En la base del planteamiento inicial aparece la cuestión de la agricultura urbana, con una fuerte reacción a la desaparición de los horticultores y la demanda de una política local de protección de la agricultura. Por el contrario, en Midi Pirineos la mayor parte de las AMAP han encontrado sus productores en un espacio identificado como rural, más allá de las coronas periurbanas de 1999. El argumento de estas AMAP no se reduce a una cuestión de agricultura urbana. Si se tratara simplemente de alimentar de nuevo la ciudad más cercana y de reconstruir un cinturón hortícola alrededor de las ciudades, el espacio periurbano próximo de los polos urbanos debería ser fuertemente proclamado por los productores en AMAP, lo cual sucede muy poco en esta región. Pero, cualesquiera que sean los lugares de residencia de los adherentes, cualquiera que sea el ambiente urbano o rural de las «granjas de proximidad», una constante se mantiene: la AMAP es un espacio de reflexión y de acción colectiva que lleva a cada individuo a forjarse una experiencia de la producción agrícola y de los espacios de baja densidad poblacional con cubierta vegetal predominante, incluso si está muy fragmentada. La AMAP permite a cada uno de los que participan en ella mantener una relación productiva con la naturaleza, asociada con las relaciones sociales y culturales; en otras palabras, permite a cada uno construirse una ruralidad.

## Conclusión

El conjunto de los puntos mencionados constituye un sistema; por ello, podemos asegurar que las AMAP no obedecen simplemente a la voluntad de construir un territorio local, de tejer relaciones sociales en un espacio en el que se halla al menos un agricultor; van más allá de la protección de la naturaleza frente a los «daños» de la urbanización y de la agricultura productivista. Defienden una cierta concepción de las relaciones con

los agricultores, con la producción agrícola, con la naturaleza y el espacio local; se trata más ampliamente, para cada uno de los que intervienen en un colectivo, de construir y construirse una territorialidad rural. En este sentido, las AMAP participan en la construcción de una ruralidad propia de la sociedad actual. Si bien la cuestión de los límites entre rural y urbano es secundaria para construir tal ruralidad, la extensión de las AMAP en el espacio parece participar en la reproducción de configuraciones espaciales claramente diferenciadas, tal como pudimos señalar: rurales, urbanas y periurbanas, expresándose aún de manera más específica en el caso de la región Midi Pirineos como rurales y periurbanas recientes, periurbanas antiguas y urbanas.

## Bibliografía

- ARNAUD DE SARTRE, XAVIER, HÉLÈNE DOUENCE Y CLAIRE-EMMANUELLE MERCIER  
 2011 «Choisir et redéfinir le local. L'exemple d'un type de filières courtes : les AMAP en Béarn», en Jean-Baptiste Traversac (coord.), *Circuits courts: contribution au développement régional*, París, Educagri éditions, pp. 100-114.
- BAJOIT, GUY  
 2003 *Le changement social. Approche sociologique des sociétés occidentales contemporaines*, París, A. Colin.
- BITOUN, PIERRE  
 2011 «Qui sont les consommateurs-citoyens des AMAP?», <[http://www.ivry.inra.fr/mona/publications\\_chercheurs/Toutes-Publis/Toutes\\_Pub\\_Bitoun.html](http://www.ivry.inra.fr/mona/publications_chercheurs/Toutes-Publis/Toutes_Pub_Bitoun.html)> [consulta: 20/08/2011].
- LAGANE, JEAN  
 2011 «Du teikei à l'AMAP, un modèle acculturé», *Développement durable et territoires*, 2(2), DOI: 10.4000/developpementdurable.9013.
- MINVIELLE, PAUL, JEAN-NOËL CONSALES Y JACQUES DALIGAU  
 2011 «Région PACA: le système AMAP, l'émergence d'un SYAL métropolitain», *Économie rurale*, 322, pp. 50-63.

OLIVIER-SALVAGNAC, VALÉRIE, MICHAËL POUZENC Y JEAN PILLEBOUE

2011 «AMAP et Points de Vente Collectifs de Producteurs: questions sur leur essor en Midi-Pyrénées», en Jean-Baptiste Traversac (coord.), *Circuits courts : contribution au développement régional*, Paris, Educagri, pp. 115-126.

POUZENC, MICHAËL

2016 «Introduction: Les circuits courts contre la société de consommation... tout contre» en R-P. Desse y S. Lestrade (dirs.) *Mutations de l'espace marchand*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, pp. 89-92.

POUZENC, MICHAËL (DIR.), EVE ANNE BÜHLER, DOMINIQUE COQUART, JEAN-PASCAL FONTORBES, STÉPHANE GIROU, BERNARD MONDY, VALÉRIE OLIVIER, JEAN PILLEBOUE, JEAN-LOUIS VINCQ

2008 «Les relations de proximité agriculteurs-consommateurs: Points de vente collectifs et AMAP en Midi-Pyrénées», *Rapport d'étude Appel d'offres SHS du Conseil régional Midi-Pyrénées*, Toulouse.

POUZENC, MICHAËL Y ALMA AMALIA GONZÁLEZ CABAÑAS

2014 «Commerce et ruralité – Du commerce rural au commerce participant à la construction des ruralités», en Gasnier A. y N. Lemarchand (dirs.), *Le Commerce dans tous ses états*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, pp. 117-127.

RICHARD, FRÉDÉRIC, MARIUS CHEVALLIER, JULIEN DELLIER Y VINCENT LAGARDE

2014 «Circuits courts agroalimentaires de proximité en Limousin: performance économique et processus de gentrification rurale», *Noroi*, 230, pp. 21-39.

## Asociaciones de agriculturas de responsabilidad compartida<sup>1</sup> francesas y mercados alternativos en México, un reto común: institucionalización de sus prácticas agrícolas y procesos de garantía

David Monachon<sup>2</sup>

El desafío de la alimentación es el primer elemento de toda política económica, social y ambiental. En el presente es difícil pensar en la agricultura sin considerar los cambios radicales que han experimentado los conocimientos, la tecnología, la comunicación y el proceso de globalización. El abasto ha evolucionado marcado por su progresiva integración en la organización industrial de la producción, la distribución y el consumo de alimentos.

En la década de 1950, frente al rápido crecimiento de la población mundial, los gobiernos y numerosas instituciones de investigación y de financiamiento a nivel global, tal como la fundación Rockefeller que aportó gran parte de los fondos para la constitución en México del Centro Internacional de Mejoramiento de Maíz y Trigo (CIMMYT), trataron de responder a este aumento en la demanda alimentaria en el marco de la Revolución verde. Se trataba de un conjunto de técnicas de producción para la agricultura cuyo desarrollo se fortaleció con tres factores principales: uso de semillas «mejoradas» con variedades de alto rendimiento;

<sup>1</sup> Associations de Maintien de l'Agriculture Paysanne (AMAP), en francés.

<sup>2</sup> CIESAS-Centro, doctorante en Antropología Social.

aporte de fertilizantes y productos fitosanitarios; y políticas públicas favorables a una economía de mercado (Griffon 2002).

Los resultados de estas experiencias para responder al reto de la soberanía alimentaria mundial son muy controvertidos, porque llevaron al desarrollo de una agricultura intensiva y estandarizada como respuesta a un consumo de masas que impulsó la toma de control de esta actividad ancestral por empresas transnacionales con acceso a importantes capitales y a la alta tecnología (Nigh 1999). Este proceso de industrialización de la agricultura fue facilitado y acelerado por los avances de la química orgánica, que puso a su disposición agrotóxicos y fertilizantes potentes para aumentar la productividad y combatir plagas cada vez más resistentes. El proceso actual de industrialización de la producción y del consumo se difundió por medio de un aparato bien organizado: globalización, liberalización, biotecnología (por ejemplo: organismos genéticamente modificados) y la afirmación de que nunca en el mundo se encontraron alimentos más sanos que los de la actualidad (Van der Ploeg 2014).

Hoy el abasto forma parte de un sistema en el que la elaboración y el consumo de alimentos ha ido separándose paulatinamente de su vinculación directa con la agricultura, para insertarse en un complejo sistema en el que se sigue preguntando qué, cómo y para quién se producen y se distribuyen los alimentos y quiénes los consumen (Delgado 2010).

Desde los inicios del siglo XXI se pudo observar en el mundo la multiplicación de sistemas agroalimentarios alternativos. Alternativos en el sentido de que se trata de un conjunto de iniciativas cuyos objetivos se oponen a ciertas características del sistema dominante y sugieren otras posibilidades para la agricultura y la distribución alimentaria a nivel local. Los aspectos rechazados por los actores de estos «nuevos» dispositivos se pueden resumir en cuatro grandes renglones: la industrialización de la agricultura, la distancia entre productor y consumidor, sus consecuencias en relación con el medio ambiente y la estandarización de los productos (Lamine 2008).

Los actores que impulsaron la creación de estas organizaciones provienen de diversos estratos sociales y actividades, como aquellos que en la ciudad eran consumidores y se reconvirtieron en productores en zonas rurales, o los de origen urbano y periurbano en la búsqueda de un enlace directo con el agricultor y el área rural. En el campo se ubican productores de distintos giros agropecuarios, tamaños de explotación variables, de autoconsumo o excedentarios, con lo agropecuario como actividad principal o pluriactividad; son personas que a menudo buscan la conexión entre los

«dos mundos», rural y urbano. Y mientras se desarrolla este movimiento de resistencia contra el sistema de la «gran distribución», contra la agricultura «moderna» y se promueve la construcción de modos de producción y de comercialización alternativos, las estructuras de acompañamiento gubernamentales «tradicionales» persisten y siguen promoviendo el sistema dominante (Arnauld, Douence y Mercier 2010).

Frente a estas realidades, diferentes grupos de la sociedad civil desarrollaron propuestas, no necesariamente vinculadas. En el estado de Tlaxcala, en México, donde realizamos este trabajo de investigación, diferentes organizaciones sociales constituyeron hace más de 10 años el primer mercado alternativo. Paralelamente, en Francia, en la región Midi Pirineos,<sup>3</sup> se multiplicaron de manera muy rápida las Asociaciones de Agricultura de Responsabilidad Compartida (AMAP). Desde una perspectiva comparativa realicé mi trabajo de investigación de doctorado con dos mercados y dos AMAP en ambos países, cuyos integrantes se inclinan hacia las alternativas que ofrecen las prácticas agroecológicas, la producción y el consumo de alimentos a nivel local y el contacto directo productores-consumidores.

Los dos mercados alternativos tlaxcaltecas a partir de los cuales se está realizando el presente análisis se ubican en dos de los principales centros urbanos del Estado: la capital, Tlaxcala de Xicoténcatl, y la ciudad comercial de Apizaco. Su aparición y desarrollo se sitúan en un contexto de multiplicación de este tipo de mercados campesinos a nivel nacional; la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos nos compartió un inventario de más de 100 plazas similares a nivel nacional (lista no exhaustiva).

En Francia realicé mi trabajo de campo en la región Midi Pirineos,<sup>4</sup> donde seleccioné dos AMAP diferentes; la primera, des Quatre Saisons, constituida en 2004, tiene su punto de distribución en el municipio de Tournefeuille, ciudad conurbana con Toulouse, capital regional, mientras que el punto de producción se encuentra a 80 km de ahí. En paralelo a esta, entré en contacto con la asociación Le Goût des Autres, que nació originalmente de una AMAP en 2006 (AMAP de la Digue). Posteriormente se amplió el contacto con otros productores y familias de consumidores en el municipio de Lagardelle sur Lèze en el mismo departamento de Haute

<sup>3</sup> La división territorial de Francia se asienta sobre una organización administrativa jerarquizada en varios niveles y especializaciones. Hasta 2015 contaba con 26 regiones, divididas en departamentos (un total de 96 departamentos metropolitanos, más los departamentos y regiones de ultramar). Desde 2016, el país quedó integrado por 13 regiones.

<sup>4</sup> En esta región se desarrollaron de manera explosiva las iniciativas vinculadas a las AMAP, las cuales constituyeron el movimiento «amapeísta», y en la década de 2000 integraron una red regional para federar las iniciativas.



Garonne. A diferencia de la organización anterior, el punto de distribución se ubica en una zona rural dentro de la misma unidad de producción.

En el marco de los dos tipos de organizaciones sobre los cuales se enfocó esta investigación, tanto en Francia como en México existen debates fuertes relacionados con los procedimientos de garantía sobre las formas de producción practicadas por sus integrantes. Y aunque los gobiernos de ambos países adoptaron en forma paralela políticas públicas que parecen orientadas, en general, en direcciones coincidentes, las reacciones de las respectivas organizaciones de la sociedad civil fueron diversas.

En el caso de Francia, desde el 2012, el Ministerio de Agricultura empezó a interesarse en promover una agroecología de Estado, con una postura productivista en oposición a la construcción de la agroecología que promovían los actores de la sociedad civil desde los inicios del desarrollo de este movimiento en el país. Esta iniciativa impulsó un debate a nivel nacional en el que se cuestionaron las consecuencias que podría tener esta institucionalización de la agroecología. En tales discusiones participó activamente la asociación nacional que implementó el Sistema Participativo de Garantía (SPG) francés denominada Nature & Progrès (N&P).

En México, con la promulgación, en 2006, de la Ley de productos orgánicos empezó un diálogo entre organizaciones de la sociedad civil y el gobierno en lo tocante a la certificación participativa de los productos orgánicos que abordaba el marco normativo. Esta norma que originalmente debía ser incluyente con respecto a la pequeña producción campesina, parece haber provocado divisiones y conflictos internos en los mercados alternativos, principales beneficiarios de la certificación participativa.

En las siguientes líneas trataremos de presentar la situación y los debates en curso alrededor de estas perspectivas vinculadas a la institucionalización de la agroecología y sus procesos de garantía, en el marco de un sistema agroalimentario globalizado que impone distancias entre productores y consumidores, y que va dificultando en forma creciente la posibilidad de garantizar la naturaleza de los alimentos y sus procesos de elaboración y distribución.

En los dos primeros apartados presentaré brevemente los respectivos orígenes y modos de funcionamiento de las organizaciones a partir de las cuales fueron recabados los datos que permitieron el presente análisis. Después describiré los debates acerca de los diferentes procedimientos de certificación y las justificaciones que dieron pauta a la construcción de sistemas de garantía participativos, alternativos a la certificación por tercera parte. Luego, reservaremos dos apartados para cada país a fin de

analizar el contexto de la agricultura orgánica y de la certificación desde la perspectiva de las organizaciones objeto de la presente investigación, con especial énfasis sobre su SPG. Terminaremos con dos apartados dedicados a presentar respectivamente los procesos de institucionalización en curso, vinculados a la producción agroecológica y la certificación participativa.

### **Las asociaciones de agricultura de responsabilidad compartida en Francia**

Las décadas de 1990 y 2000 en Francia fueron marcadas por una serie de crisis alimentarias y profundos cuestionamientos con respecto a la seguridad sanitaria, fenómeno que favoreció el auge de estos colectivos de productores y consumidores. Si bien es cierto que durante este periodo se pudo observar una evolución en los modos de compra, consumo y alimentación, con un aumento en el consumo de productos orgánicos, el malestar asociado con el sistema agroalimentario vigente debe buscarse más allá de estas preocupaciones sanitarias.

En efecto, los problemas que ocasionó la búsqueda de nuevos modos de abasto y consumo son más complejos y más antiguos y están ligados a la decadencia del campesinado francés provocada concretamente por la mercantilización de la naturaleza, el despojo y la destrucción de las tierras agrícolas, el incremento de la liberalización del comercio agrícola y el rechazo y la eliminación de los campesinos.

Así, en 2001 nació la primera asociación de agriculturas de responsabilidad compartida (AMAP) en el sureste del país; dos años después se constituyó la primera de la región Midi Pirineos, bajo el impulso de algunos consumidores y pequeños ganaderos que vendían de forma directa en un mercado de productores de la ciudad de Toulouse. Las asociaciones Le Goût des Autres y la AMAP des Quatre Saisons, casos de estudio en la presente investigación, son herederas de esta primera experiencia.

Cada AMAP es un pequeño mundo en sí; las organizaciones pueden diferir en función de las decisiones tomadas por el grupo (consumidores y productor) o por el tipo de producción. Por ejemplo, una AMAP que funciona en el giro de la carne, distribuye mensualmente, mientras que aquellas enlazadas con un productor horticultor lo harán en forma semanal. Las AMAP de queso y las de la miel tienen un periodo de producción definido, por lo que su funcionamiento es más corto. La configuración de la explotación del productor influye sobre los funcionamientos del grupo; es decir, la operación de una AMAP está íntimamente unida a las capacidades

del productor. Cada AMAP es única, y hay tantas como tipos de agricultores que participan. Esto no significa que no compartan particularidades, una de las cuales, que funcionó como elemento de base para la creación de la AMAP inicial, es la de apoyar al productor para que pueda mantener su actividad y vivir de ella dignamente.

Existe la Carta de las AMAP, redactada por la primera Red regional de AMAP (Alliance Provence), que enuncia 18 puntos con los criterios que las rigen (Lamine 2008:26), y que pueden resumirse en los siguientes:

- Compromiso recíproco entre un grupo de consumidores y un productor local, cuyo objetivo común es apoyar la agricultura de proximidad;
- Prácticas respetuosas del medio ambiente y de la salud (sin el uso de fertilizante ni pesticidas de síntesis y producción de origen campesino);
- Compra de la cosecha por adelantado, por contrato individual, sobre una temporada;
- Reparto de los riesgos (climáticos, plagas) y de la cosecha (bajo condiciones de producción reducida o de abundancia)
- Acceso de los consumidores a la explotación a través de visitas organizadas cada año y un vínculo directo con el productor, en el marco de las distribuciones semanales; y
- Los consumidores se hacen cargo de la gestión de los contratos, la organización de las distribuciones y, en general, se les pide que se involucren de manera colectiva en las tareas de explotación (cosecha, limpieza, montaje de los invernaderos, entre otras).

Las organizaciones con las que realicé mis investigaciones en Francia se apegan a estos principios, aunque, como pudimos observar, su puesta en práctica se da en función del contexto de cada una. Es importante precisar que los modos de distribución o entrega de la mercancía difieren de los mercados clásicos. En efecto, se basan en un sistema de «canastas»,<sup>5</sup> pagadas por adelantado, en el cual el consumidor se compromete a adquirir periódicamente y a largo plazo (una temporada agrícola o un año).

<sup>5</sup> Con el término «canasta» no se designa el objeto en sí, sino la porción de cosecha repartida a cada consumidor. En efecto, en una AMAP el productor reparte su cosecha de manera igualitaria entre el conjunto de sus consumidores; estos últimos no tienen un control sobre la variedad y el tipo de hortalizas, frutas, carne o miel, que incluirá su canasta. Se fomenta que cada consumidor utilice su propio empaque y de preferencia que este sea «ecológico».

Como podemos leer en la Carta de las AMAP, el tipo de agricultura practicada y fomentada en estas asociaciones se relaciona con prácticas respetuosas del medio y de la salud, pero no implica procedimientos de certificación orgánica (*biológica* en Francia). En efecto, cada AMAP puede acceder a sistemas de certificación si lo desea; de este modo, algunas contratan empresas de tercera parte para obtener el sello de agricultura orgánica respaldado a nivel europeo. Otras trabajan con el SPG francés, y finalmente están aquellas cuyo productor opera únicamente respetando los principios de la carta, sin necesidad o deseo de certificar su producción; es el vínculo directo del productor con el consumidor lo que permite crear la confianza en cuanto a sus prácticas de producción.

En seguida se presentan los orígenes y modos de funcionamiento de los mercados alternativos mexicanos; posteriormente retomaremos el contexto francés para profundizar en la cuestión de la agricultura orgánica y su certificación en Francia.

### **Nacimiento de los mercados alternativos en Tlaxcala**

En la década de 1970 empezó a difundirse un nuevo modelo agrícola en el estado de Tlaxcala. Este abrió paso al desarrollo de diferentes organizaciones enfocadas principalmente al fomento de prácticas agrícolas más sustentables, alternativas a aquellas «modernas» heredadas de la Revolución verde. Estas organizaciones lograron fomentar un movimiento agroecológico en la región occidental del estado y formaron productores que siguen aplicando los principios de una agricultura respetuosa de la Naturaleza.<sup>6</sup> Ahora bien, los cambios en las prácticas de producción demandaban también modificar las prácticas de consumo y de comercialización.

En los primeros años del siglo XXI, el campo tlaxcalteca se enfrentaba a una problemática común a numerosos estados del país y más allá de las fronteras mexicanas: la migración de las poblaciones rurales hacia el norte y hacia otros estados de la República en busca del sustento familiar. Las actividades campesinas no permitían cubrir las necesidades (el fenómeno no era novedoso), y otras preocupaciones ligadas a la soberanía alimentaria venían a empeorar el panorama.

Los productores organizados no encontraban salida a sus excedentes de producción de calidad agroecológica. De las discusiones sostenidas

<sup>6</sup> Decidimos escribir la palabra «Naturaleza» con N mayúscula por considerarla como una entidad englobante de todos los seres vivos del planeta, de la vida.

entre los representantes de organizaciones agroecológicas y de derechos humanos surgió la idea de buscar nuevos espacios de comercialización para una producción alternativa. Así nació en 2005, bajo el impulso de diferentes organizaciones de la sociedad civil tlaxcalteca, el primer Mercado Alternativo de Tlaxcala (MAT), con el apoyo de la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos (REDAC);<sup>7</sup> cuatro años después el MAT apoyó la creación del Mercado Alternativo de Apizaco (MAA). En la actualidad, los dos mercados alternativos dan cabida a la participación de 30 familias de productores que provienen de 15 municipios de la entidad y 24 localidades.

Estos mercados campesinos promueven el contacto directo productor-consumidor, lo que significa que, teóricamente, todo transcurre sin pasar por intermediarios hasta el consumidor final. En la práctica, varios integrantes son transformadores y no siempre se puede conocer el origen de las materias primas utilizadas. En paralelo, algunos productores empezaron a ampliar la diversidad y cantidad de productos ofertados al abastecerse ellos mismos con otros productores no integrantes de los mercados y de igual manera sin posibilidad de garantizar una calidad agroecológica.

Con el fin de asegurar su continuidad, los mercados alternativos y/o orgánicos están obligados a garantizar su abasto en verduras y hortalizas. En efecto, se puede observar que este principio es importante: para el mantenimiento de tal tipo de iniciativa, el puesto de verduras es esencial. En el Mercado Alternativo de Tlaxcala esta necesidad está cubierta por una organización campesina que participó en la fundación del mercado. Sus productores (mayoritariamente mujeres) cultivan sus huertos familiares en pequeñas superficies, y de ese modo se asegura el abasto semanal de los dos mercados alternativos. Podemos decir que es el único puesto en el cual se aceptó la presencia de un representante de venta de la misma organización.

Los mercados alternativos tlaxcaltecas retomaron un modelo de gobernanza promovido por la REDAC que se centra en tres comisiones de trabajo principales: la coordinación, el comité de vigilancia —que cuida los aspectos estéticos del mercado, cuestiones de seguridad e inocuidad y el buen desarrollo de la logística en los días de mercado—, y, finalmente, el comité de certificación participativa, el cual se volvió un grupo de trabajo central para el funcionamiento del mercado. En efecto, esta última comisión compuesta por tres miembros se encarga de verificar las prácticas agrícolas de los integrantes del mercado alternativo y dar su aval para la admisión de nuevos integrantes, en función de su respeto por las prácticas agroecológicas.

<sup>7</sup>La Red A. C. fue constituida en 2003 por los tres primeros mercados campesinos orgánicos de México: Chapingo (Estado de México), Xalapa (Veracruz) y Guadalajara (Jalisco).

Es en este último aspecto en el que nos concentraremos en los apartados siguientes. Por ahora nos enfocaremos en el debate entre métodos de certificación orgánica «convencionales» y los sistemas participativos de garantía.

### **Garantizar la producción orgánica**

La certificación orgánica es un procedimiento para garantizar que la producción respete realmente las normas de la agricultura orgánica.

Debe permitir instaurar una confianza entre el comprador y el productor y proteger a este último contra una competencia desleal. La certificación brinda a la agricultura orgánica una identidad y una credibilidad propias y les facilita el acceso a los mercados (EuropAid 2012:6).

Existen diferentes modelos de certificación; la realizada por terceros es la más socorrida y la aplica un organismo independiente. En general, el organismo que certifica debe obtener una acreditación, a menudo otorgada por las autoridades públicas. Esta empresa acreditada se encarga de realizar las inspecciones de control a los operadores, quienes pagan el costo por este servicio. A cambio, el operador obtiene un certificado y la autorización de etiquetar sus productos como orgánicos. Las visitas de inspección se realizan al menos una vez por año; la emisión del certificado se hace por producto y el costo es individual. En referencia a las normas de producción orgánica, estas empresas también deben tener un procedimiento de sanción para los operadores que pudieran incurrir en violaciones a dichos reglamentos.<sup>8</sup>

Los sistemas de certificación por terceros son definidos por criterios internacionales en los que interviene la Organización Internacional de Estandarización (ISO,<sup>9</sup> por sus siglas en inglés) y por las legislaciones gubernamentales. Estos son de índole vertical, pues se organizan según las demandas y los intereses de consumidores de los países desarrollados, y se imponen hacia abajo de la cadena productiva por la vía de las empresas certificadoras e intermediarios, con baja o nula participación de los

<sup>8</sup> Según representantes de empresas certificadoras, pocas veces se han observado tentativas de engaño o fraude. En general, el alto costo de la certificación y el sobreprecio que pueden obtener los operadores en mercados específicos estimulan que se respete el reglamento y se eviten fraudes, a riesgo de sufrir las consecuencias.

<sup>9</sup> Una ONG cuyo su sitio web puede consultarse en: <<https://www.iso.org/home.html>>.

productores y campesinos en el proceso (González y Nigh 2005:454). Estas empresas certificadoras se comprometen con sus clientes a mantener la confidencialidad, bajo el criterio de protección del secreto profesional. Los sobrepuestos asociados a este sistema han atraído intereses corporativos y prácticas productivas poco rigurosas.

Los regímenes de certificación orgánica convencional han recibido amplias críticas por varias razones: por excluir del proceso a los productores y por operar bajo una estructura que tiende a beneficiar a los grandes agricultores capitalizados respecto de los pequeños que no pueden cubrir el costo pecuniario. Otro problema radica en la falta de claridad para distinguir entre productos agroindustriales orgánicos cultivados bajo criterios poco exigentes<sup>10</sup> y productos agroecológicos provenientes de unidades de pequeña escala. Ambos compiten en mercados similares, aunque sus estructuras de producción y costo son completamente distintas (Cid 2011:19).

Frente al conjunto de preocupaciones existentes en relación con las realidades de los procesos de certificación orgánica de terceros, tanto en México como en Francia se desarrollaron los SPG,<sup>11</sup> en los que participan los principales actores involucrados en la producción y el consumo y que tratan de evitar estas derivas de la certificación convencional.

Los miembros de los SPG rechazan las especificidades de la certificación de terceros y demandan un proceso más democrático en relación con la gobernanza alimentaria (Nigh y González 2015:330). En este sentido, los detractores de la producción orgánica ponen en duda la real independencia de estos organismos llamando la atención sobre el hecho de que la pérdida potencial de un cliente importante puede influir sobre la decisión de la empresa de sancionar o no al operador orgánico.<sup>12</sup> Podemos agregar que la certificación por terceros fomenta el desarrollo de una agricultura

<sup>10</sup> Se aplican técnicas lo menos costosas posible y se respeta estrictamente la norma en vigor, es decir: lo no prohibido está permitido, y las interrogaciones de los operadores no van más allá del objetivo: aplicar la ley.

<sup>11</sup> Los SPG existen en numerosos países. Francia fue uno de los precursores en la adopción de este tipo de sistemas, pero no el único. La Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM) los promueve en el mundo. En el continente americano varios países adoptaron la propia. En 2009 se instauró el Foro Latinoamericano de SPG en Brasil como espacio de intercambio político y técnico entre los diferentes SPG existentes en el continente, buscando también su reconocimiento y visibilidad. Este foro, en los encuentros de Brasil, Bolivia y Ecuador, hizo hincapié en que los participantes firmaran una carta de principios.

<sup>12</sup> Persona física o moral que tiene una actividad o conjunto de actividades de producción, elaboración, procesamiento, empaque, transporte, distribución, comercialización, etiquetado, exportación e importación de productos certificados orgánicos.

orgánica industrial en la que se producen alimentos «sanos» y se reduce lo orgánico a un código de técnicas de producción que restringe el uso de insumos que *a priori* podrían amenazar la calidad sanitaria del producto.

Para definir en grandes líneas la *certificación participativa* (SPG) podemos decir que se trata de «un proceso colectivo entre productores, consumidores y otros actores que garantiza la calidad orgánica y sana de productos locales generados a pequeña escala, basado en relaciones de confianza y que promueve los compromisos de salud, ecología, equidad y certidumbre ambiental» (REDAC 2015). De manera genérica se usa con mayor frecuencia el término Sistema Participativo de Garantía (SPG), promovido por la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM) que reconoce en los diferentes SPG existentes cinco elementos comunes (May 2008):

1. La participación de una variedad de actores comprometidos con el funcionamiento de los SPG; es decir, productores, consumidores, transformadores, centros de investigación, asociaciones civiles, ONG, etc. Los dos primeros grupos de actores son claves del proceso, por su complementariedad.

2. Una visión común compartida por el conjunto de los que intervienen en la certificación participativa. Esta visión difiere en función de los contextos locales y de la forma en que se comprometen los grupos de actores.

3. La transparencia entre los miembros del SPG con el público en general sobre el funcionamiento, el proceso de garantía (normas) y la toma de decisiones en el seno del grupo.

4. La confianza que se construye en el marco del SPG permite asegurar que la producción se apegue al compromiso de proteger la naturaleza y la salud de los consumidores. El SPG puede ser entendido como la expresión y verificación de esta confianza.

5. La horizontalidad, el último elemento común identificado entre los SPG, se refiere a la no jerarquización, a que se comparta y rote la responsabilidad, al compromiso directo de productores en la revisión por pares de las unidades de producción y, como lo vimos anteriormente, al cumplimiento de la transparencia en los procesos de toma de decisiones.

Es importante precisar que, en el caso de los SPG, no se certifican productos. La certificación se centra en el productor y su unidad de producción de manera integral. Se verifican y fomentan las prácticas ecológicas del productor con el acompañamiento de sus pares y/o los consumidores finales de su producción.



Finalmente, las normas no convencionales, desarrolladas localmente por los participantes de los SPG (productores, transformadores, investigadores y consumidores), se basan en principios orgánicos y agroecológicos. Los mecanismos locales de certificación participativa reconocen las limitaciones que pueden encontrar los productores para cumplir con esas normas. La idea es promover, en lugar de regular, la construcción de una comunidad agroecológica (IFOAM 2011). La agroecología se concibe como un compromiso con la vida a la que cada uno aspira; y el sistema participativo de garantía se ve como una vía para apoyar a los productores, a lo largo de su camino, para concretar sus aspiraciones.

Desde el inicio de 2015, muchos intercambios y reuniones sucesivas giraron alrededor de este tema en el marco de los mercados alternativos de Tlaxcala. Estas discusiones han puesto de relieve el conflicto entre el Grupo Vicente Guerrero y la organización Campesino<sup>13</sup> y las amplias discusiones que genera la entrada en vigor de la Ley de productos orgánicos de México<sup>14</sup> en el marco de los colectivos. En Francia, la creación del SPG es más antigua, pero tampoco escapa a las dificultades vinculadas a la construcción de procesos participativos.

Ahora bien, tanto en Francia como en México el afán de apego a normativas globalizadas de los sistemas de certificación orgánica llevó a los grupos con los que estuve vinculado en el marco del trabajo de campo a reflexiones distintas y debates que siguen vigentes. A continuación veremos en cada país cómo se ha dado la evolución de la producción orgánica y de los sistemas de certificación, además de las distintas reacciones locales de parte de sus actores.

### **Las AMAP y la producción orgánica**

Dentro del movimiento de las AMAP en Francia existe un debate importante a nivel nacional en cada una de las redes regionales —y la Red Midi Pirineos no se escapa de esa discusión— que sigue abierto: ¿el agricultor en AMAP es orgánico o no? Esta pregunta debe remitir a una controversia más amplia, más allá de las AMAP, en que se interroge sobre la definición

<sup>13</sup> Se tratan de dos asociaciones civiles cuyos nombres jurídicos son Proyecto Integral Vicente Guerrero y Centro Campesino para el Desarrollo Sustentable, pero están comúnmente identificadas como se cita en el texto. Ambas participaron en la fundación del Mercado Alternativo de Tlaxcala.

<sup>14</sup> El decreto por el cual se expide la Ley de Productos Orgánicos fue publicado en el *Diario Oficial de la Federación* el 7 de febrero de 2006.

de la agricultura orgánica, cuyo reconocimiento a nivel gubernamental fue el fruto de un largo proceso que llevó a la dilución progresiva del concepto y a la pérdida del sentido original de la producción orgánica, según los actores interrogados en el marco de la investigación. Desde 1986, los productores, transformadores y distribuidores que no respetan los criterios técnicos establecidos por la ley no pueden utilizar el calificativo de «agricultura orgánica».

En la carta de las AMAP no se hace ninguna mención de la agricultura orgánica; lo que se pide a los productores es el respeto de principios que en realidad son propios de la agricultura orgánica y que se precisan en los puntos siguientes:

- Una producción de dimensión humana adaptada a los diferentes tipos de cultivos y de ganadería.
- Una producción respetuosa de la naturaleza, del medio ambiente y del animal; el desarrollo de la biodiversidad; la fertilidad de los suelos; la gestión económica del agua.
- Una buena calidad de los productos (gustativa, sanitaria y ambiental).

Ciertos beneficios que otorga la certificación orgánica por terceros al productor pueden, a primera vista, llevar a los actores a tomar decisiones que pudieran parecer incoherentes si no consideramos el contexto del productor. Patrick,<sup>15</sup> quien es el productor de la AMAP de la Digue y miembro del Consejo de Administración de la asociación Le Goût des Autres, es bastante crítico de los sistemas de certificación por terceros y, en efecto, sus acciones están más comprometidas con los esquemas participativos. Cuenta con certificado en producción orgánica Bio, con el sello de calidad AB<sup>16</sup> otorgado por la empresa ECOCERT.<sup>17</sup> Tuve la oportunidad de estar presente el día de la inspección anual de la certificadora, paso indispensable antes del otorgamiento del sello AB. Fue la ocasión para conocer su percepción de la producción Bio en Francia. Patrick explica —y

<sup>15</sup> Con el fin de preservar el anonimato de los informantes en el presente documento, todos los nombres fueron modificados.

<sup>16</sup> AB o Agriculture Biologique es una marca, propiedad exclusiva de la Secretaría de Agricultura, del agroalimentario y de los bosques de Francia. Sirve para identificar los productos 100 % orgánicos o con un contenido de 95 % de productos agrícolas orgánicos en el caso de los productos transformados. Por delegación de la Secretaría, los organismos certificadores otorgan autorización de uso sobre los etiquetados. Para más información véase: <<http://www.agencebio.org>>.

<sup>17</sup> Organismo de Control y Certificación en Agricultura Orgánica fundado en 1991. Para más información véase: <[www.ecocert.com](http://www.ecocert.com)>.

tuve discursos similares de parte de productores certificados de los mercados orgánicos visitados y otros amapeístas— que lo Bio permite recibir un subsidio anual que cubre el costo de la certificación y por lo cual representa un apoyo sustancial para los productores, que en muchas ocasiones tienen ingresos menores al salario mínimo nacional. Patrick explica que gracias a este subsidio se puede fijar un precio más bajo y accesible a las canastas. Los costos de la certificación privada resultan absurdos, ya que es la misma cuota para un pequeño productor con una producción diversificada que para uno grande que trabaja con monocultivos y ganancias 15 veces superiores (Bacqué 2012:172).

Aunque Patrick esté certificado en producción orgánica, es uno de los primeros en cuestionar la reglamentación orgánica y sus consecuencias sobre el campesinado. Este productor y otros miembros de la Red de AMAP Midi Pirineos han aclarado las razones por las que no debe exigirse a los productores en AMAP el sello AB. Aquí sus consideraciones:

Por el momento no existen definiciones precisas y únicas de la agricultura orgánica; el sello AB, hoy europeo, aparece como el único punto de adhesión por medio del cual se identifican la gran mayoría de los productores y consumidores, y porque legalmente, la utilización comercial del término mismo de «agricultura orgánica» está vinculada a ese sello. Pero tiene cada vez menos unanimidad tanto por su documento de especificación como por su sistema de certificación. También es poco compatible con los principios de autonomía y de responsabilidad individuales de las AMAP; lo mismo pasa con los criterios sociales y éticos de la carta del IFOAM que pretenden representar: entre los agricultores que pueden reivindicarse de la agricultura campesina, el sello AB instituyó un corte entre los que se reconocen totalmente en este y aquellos para quienes esta identificación supone un giro a la vez técnico (adoptar las prácticas Bio), económico (vender de otra manera) y sociocultural. El sello es hoy un marcador ideológico y social, el emblema de un campo contra otro (Patrick, entrevista).

Varias iniciativas AMAP visitadas en paralelo a Le Goût des Autres y a la AMAP des Quatre Saisons no ostentan ningún tipo de sello, aunque sus actores se identifiquen con los principios de la agricultura orgánica. Algunos productores con los cuales estuvimos en interacción renunciaron a la certificación de tercera parte durante el año de trabajo de campo para «convertirse» y usar el SPG Nature & Progrès por no lograr identificarse con el sello AB. Patrick insiste sobre el hecho de que, en paralelo al aumento de las críticas en torno a la certificación en agricultura orgánica, el

sello provoca la división del campesinado, en razón de que aísla lo orgánico del resto del campesinado y lo acota a un pequeño espacio reservado del mercado alimentario (Besse 2012:66). Con la difusión del término Bio, pasamos a un Bio para un mercado de masas controlado por la industria agroalimentaria y la gran distribución, que, apropiándose del concepto, fomenta la frontera entre las explotaciones industriales y capitalistas y las unidades de producción campesinas. En este sentido, en el marco de la Red Midi Pirineos está ampliamente extendida la consideración de que exigir el sello AB como requisito para los campesinos que desean entrar en AMAP significa confinar la agricultura campesina a una agricultura orgánica que tiende a ser en sí misma cada vez menos campesina. Loïc (productor de la AMAP des Quatre Saisons y certificado por Nature & Progrès) y Patrick transmiten la idea de que el requisito del AB supondría renunciar al diálogo con campesinos dispuestos a adoptar técnicas de producción ecológicas, que no necesariamente se reconocen en un medio social que no es o todavía no es el suyo.

Por su parte, los consumidores tienden a referirse a una agricultura orgánica cuando hablan de la calidad que vinieron a buscar en la AMAP: «vengo aquí porque son alimentos Bio, no usan agroquímicos». Asocian la ausencia de agroquímicos (o por lo menos en menor cantidad) con una alimentación saludable. En el marco de los colectivos visitados no se visibilizan los sellos orgánicos, aun cuando los tenga el productor, tal como en el caso de Patrick. Por otro lado, en los mercados orgánicos los sellos aparecen más bien como argumentos de venta, en particular para justificar el sobreprecio, y se ostentan por respetar la reglamentación municipal francesa.

El SPG Nature & Progrès participó en la elaboración de las primeras normas de agricultura orgánica en Francia; se creó antes que cualquier reglamentación nacional o europea. Posteriormente, las instancias gubernamentales se basaron en estos criterios para publicar sus primeras normativas oficiales. Para entender las discusiones en juego entre los sistemas de certificación en vigor en el país y la Unión Europea presentaremos a continuación cómo nace esta organización y su papel en la evolución de la agricultura orgánica.

Nature & Progrès, en Francia, es una asociación constituida en 1964 por campesinos, consumidores, médicos, agrónomos y nutriólogos a favor del desarrollo de la agrobiología. Esta organización presenta el primer documento de especificación para la agricultura orgánica. También fue bajo su impulso —con otros actores de la agricultura orgánica— que en 1980

se reconoció la agricultura Bio en Francia, a través de la Ley de orientación agrícola, y fue la primera organización certificadora aprobada por el gobierno. En 1972 participó con otras organizaciones en la constitución de la International Federation of Organic Agriculture Movement (IFOAM)

Hoy es una federación con una treintena de grupos regionales que reúnen localmente agricultores, transformadores, distribuidores y consumidores de productos de origen orgánico. Esta agrupación defiende los Sistemas Participativos de Garantía y creó la denominación N&P, que se refiere a un documento de carácter técnico, pero que toma en cuenta los aspectos ambientales, sociales y económicos, los cuales, desde su perspectiva, siguen ausentes en las reglamentaciones europeas, a las que tacha de poco rigurosas sobre el plano técnico. Aunque la multitudada denominación es muy renuente a la certificación por terceros impuesta por la normativa europea, permite a sus miembros decidir si quieren utilizarla. En efecto, en los mercados orgánicos de la región Midi Pirineos, en las ferias orgánicas realizadas en el territorio y en otro tipo de establecimientos (tiendas, centros de acopio, etc.) a los que pude acudir, aunque algunos productores reivindicaban su anclaje con N&P, igualmente ostentaban su etiqueta AB. Esta doble certificación, que implica un doble costo, aunque la SPG sea más accesible, estaba vinculada a la necesidad de los productores de surtir tiendas y supermercados. En general es en esos espacios en los que se requiere la presencia del sello AB, pues la mención de N&P, sin respaldo institucional, no es suficiente para ellos.

El primer documento reglamentario de la Unión Europea (UE) adoptado en 1991 para la producción orgánica se inspiró en el de N&P, pero —como lo explicó Loïc, el productor de la AMAP des Quatre Saisons a sus consumidores, en el marco de un día de distribución— en la adaptación se perdió el sentido que originalmente, como productores, quisieron darle a la agricultura orgánica. En efecto, mientras los actores de N&P definieron prácticas agrícolas, la UE estableció estándares con la definición de productos autorizados y prohibidos. N&P habla de prácticas y de un sistema de SPG que favorece los intercambios entre productores para mejorar sus técnicas de manera colectiva, mientras que la reglamentación oficial se enfoca sobre el producto terminado, y no fomenta el cuidado del medio ambiente, al mismo tiempo que sigue favoreciendo el modelo agroindustrial dominante como lo vimos arriba.

El reglamento de N&P es más exigente en cuestiones técnicas que el de la UE y, además de incorporar prácticas agrícolas de acuerdo con estas especificaciones técnicas, sus productores y transformadores se

comprometen a respetar su carta en la que, para resumir el documento, se defiende la agricultura campesina, los circuitos cortos, las unidades de producción diversificadas a escala humana, la ecoconstrucción, la solidaridad, la biodiversidad, la justicia social, etc. «No se trata solamente de aplicar las reglas de la agrobiología; la cuestión es impulsar a los productores a mejorar sus prácticas adecuándolas a nuestra ética. La calidad en las prácticas está priorizada sobre la exigencia de resultados» (Bacqué, 2012:173).

### *Certificación participativa francesa en Haute-Garonne*

El sistema participativo de garantía en Francia tiene una dinámica diferente al de México y al de los Mercados Alternativos por su desvinculación con respecto a los puntos de venta en los que comercializan los productores y transformadores. La asociación civil N&P está organizada en forma federativa; es decir, tiene grupos locales (departamental o regional) compuestos por productores y consumidores principalmente (incluyendo profesionistas, investigadores, etc.) que se encargan de organizar las «visitas» y la vida local del grupo (incluyendo capacitación y otras actividades de tipo asociativo).

Los grupos locales se denominan Comisión Mixta de Conformidad y de Control (COMAC); su constitución depende de las capacidades organizativas, de la distribución geográfica de los afiliados y de sus compromisos con la organización; es decir, depende de la disposición y posibilidad de sus miembros de coordinarse para celebrar reuniones periódicas. Cada COMAC tiene mucha flexibilidad en cuanto a su funcionamiento y organización, desde su constitución como figura jurídica, su autonomía financiera y su apertura a los no afiliados en un afán de transparencia (como es el caso del grupo visitado), entre otros rasgos.

Los actores participantes en las COMAC, en general, no comparten los espacios de comercialización, no son integrantes de un mismo mercado campesino y comercializan sus productos bajo diferentes modalidades (mercados, tiendas, entrega a domicilio, etc.). No están condicionados por los circuitos cortos para entrar en un proceso de SPG con todas las particularidades organizativas y filosóficas que implica. Además, la decisión final de atribuir la mención N&P queda en manos de la federación, lo que obliga a las COMAC locales a ser transparentes en sus declaraciones para

evitar todo tipo de incoherencias y facilitar la solución de conflictos de manera externa al grupo local.

Tuve la oportunidad de asistir a una reunión del grupo de N&P del departamento de Haute-Garonne, donde participa Loïc como productor hortícola con otros 30 productores, transformadores y consumidores del departamento afiliados a N&P. Igualmente, fui invitado por una artesana integrante del colectivo Le Goût des Autres, especializada en la preparación de platillos sobre pedido o para eventos específicos, quien se integró al grupo desde hace dos años. En general, se reúnen mensualmente para evaluar las visitas de campo realizadas durante el mes. De los 20 miembros presentes, tres eran consumidores que participaron en las visitas de acompañamiento presentadas y discutidas en el marco de la reunión. Uno de ellos forma parte del colectivo Le Goût des Autres y es coordinador (y consumidor) de la COMAC.

Las visitas con productores y transformadores se realizan en parejas, en general un productor y un consumidor, quienes, ayudados por los materiales brindados por la federación, recopilan datos sobre la unidad de producción del primero. La información recabada se presenta al colectivo en presencia de los productores visitados, quienes pueden aportar precisiones y responder preguntas suplementarias. Finalmente, los miembros votan la aprobación o no para la obtención de la mención N&P y la consideración final se envía a la federación respectiva, acompañada del informe de la encuesta, lo cual permite validar el proceso y, en su caso, la mención.

Entrar en Nature & Progrès es una decisión individual, que implica involucrarse en un proceso de reflexión y aprendizaje colectivo y no de sanción por el incumplimiento del reglamento. Patrick nos explicó claramente la realidad y los límites alcanzados por los métodos de controles convencionales:

La economía «moderna» sustituyó al poder de la palabra dada como regla universal del comercio, con la implementación de aparatos de normas y de controles que incluso pueden volverse contraproducentes cuando un grupo de consumidores busca abastecerse de productos sanos y respetuosos de principios éticos (Patrick, entrevista).

Con los SPG, la idea es que los consumidores reflexivos pueden analizar en todos sus aspectos, con una mirada crítica, los productos con los que se alimentan: ingredientes, métodos de producción, distancia entre el lugar de producción y el mercado, importancia de la cadena de valor, entre

otros aspectos que no parecen haber sido controlados con eficacia, a pesar del importante aparato de normas oficiales de todo tipo sobre la calidad sanitaria de los alimentos. Si estos hubieran sido realmente confiables, nos habrían preservado de la crisis de las «vacas locas»<sup>18</sup> (encefalopatía espongiiforme bovina), de los pollos con dioxina,<sup>19</sup> de las hormonas y de los antibióticos en la carne, etc. Estas últimas crisis sanitarias que conmovieron a Francia tuvieron consecuencias sobre el consumo, despertaron preocupación y motivaron que la población tomara conciencia de ciertos riesgos para la salud relacionados con los procedimientos industriales.

Así, el desarrollo de la certificación orgánica en Francia ha obedecido desde sus inicios al esfuerzo de miembros de la sociedad civil que identificaron la necesidad de proteger y fomentar prácticas agrícolas ecológicas. El proceso de institucionalización que implicó la expansión del modelo con la obtención de un cierto respaldo de parte de las autoridades gubernamentales provocó un distanciamiento de la ideología original y una separación entre la certificación agroecológica de N&P y la acreditada por las instancias gubernamentales.

En el caso mexicano, hasta 2006, con la aprobación de la Ley de productos orgánicos, el país dependía de las normas de otros países importadores de productos orgánicos certificados. En la reciente entrada en operación de esta ley, las reacciones locales fueron distintas, pero fomentaron, en paralelo, las negociaciones legales y el desarrollo de SPG, lo que veremos a continuación.

### **Agricultura orgánica y certificación participativa: el ejemplo de Tlaxcala**

Desde 2006 en México se aprobó la Ley de productos orgánicos; en 2010, su reglamento; a finales de 2013 se presentaron los lineamientos, y su aplicación efectiva fue al año siguiente.<sup>20</sup> La normalización de la agricultura orgánica fue una nueva presión sobre los mercados autodenominados

<sup>18</sup> Se trató de una crisis sanitaria que se transformó en crisis socioeconómica por la caída en el consumo de carne bovina en la década de 1990. Los consumidores tenían miedo a la transmisión de la encefalopatía espongiiforme bovina (ESB) por el consumo de carne contaminada. Esta epidemia estuvo relacionada con la utilización de harinas animales para la alimentación de los bovinos, obtenida a partir de ciertas partes de los animales que normalmente no son aprovechadas por la industria.

<sup>19</sup> Las dioxinas provienen de combustiones incompletas y pueden contaminar ciertos alimentos por el aire, como el pollo o los huevos. En varias ocasiones el caso de contaminación de alimentos con dioxinas estuvo vinculado a la industria química.

<sup>20</sup> En 2016, los lineamientos estaban en proceso de revisión y modificación.



«orgánicos» y/o alternativos. Esto dificultó y sigue poniendo en peligro la continuidad de los productores mexicanos que pretenden resultados de buena calidad con métodos que preserven el medio ambiente y la salud. En la realidad, la mayoría de ellos no pueden cumplir con la norma de la certificación orgánica controlada por el Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA). En efecto, ciertos requerimientos quedan fuera de su alcance; más allá del costo, la reglamentación exige ciertas prácticas y mecanismos que no se pueden aplicar en pequeña escala, los cuales en su origen están destinados a empresas exportadoras. Esta reglamentación es percibida por los mismos productores como una pérdida de control sobre sus procesos. Mientras producían de forma consciente y respetuosa del medio ambiente, sus productos estaban identificados por sus consumidores como sanos y orgánicos. Al entrar en vigor la ley se canceló la posibilidad de utilizar el término sin tener certificación orgánica y el riesgo de invisibilizar los pequeños mercados alternativos y a sus integrantes. Es por esa razón que la palabra «agroecología», que no está reconocida por la ley, permite a los productores —en cierta medida— eludir la norma y resistirse, a primera vista, a la institucionalización de sus métodos de producción.

Las familias de productores que integran los mercados alternativos en Tlaxcala trabajan en pequeña escala, son familias que lograron asegurar su autoconsumo y que venden sus excedentes en estos espacios locales. Sin embargo, aunque supieron especializarse y/o diversificarse en la producción, no tienen los recursos para financiar una certificación orgánica por terceros y, en general, no pueden cumplir con todos los requisitos. Esta opción no es indispensable para la comercialización en circuito corto, como es el caso de los mercados alternativos, pero les exige procesos de garantía de su producción para el consumidor final, quien acude directamente al mercado para abastecerse de víveres. Desde sus inicios, los mercados alternativos de Tlaxcala adoptaron métodos de certificación participativa cuyo objetivo es mantener el control sobre sus procesos y desarrollar las aptitudes de sus miembros para la producción agroecológica.

La REDAC promovió desde el principio la certificación participativa (así se denominan los SPG en México<sup>21</sup>) y logró influir en la redacción de

<sup>21</sup> Se está modificando poco a poco el vocabulario, en particular en el marco de la organización estatal Tlaxcala Nemiliztli. La representante estatal de SENASICA precisó que la asociación nunca será certificadora; en efecto, para lograrlo se necesita pasar por todo un proceso de acreditación ISO, otorgado por la Entidad Mexicana de Acreditación, A. C. (EMA).

la Ley de agricultura orgánica en 2006, para que fuese considerada en su artículo 24:

Artículo 24.- Se promoverá la certificación orgánica participativa de la producción familiar y/o de los pequeños productores organizados para tal efecto, para lo cual la Secretaría con opinión del Consejo emitirá las disposiciones suficientes para su regulación, con el fin de que dichos productos mantengan el cumplimiento con esta Ley y demás disposiciones aplicables y puedan comercializarse como orgánicos en el mercado nacional.

Así, la legislación introduce el reconocimiento de los comités de certificación participativa de los mercados para la comercialización a nivel nacional, bajo la validación SENASICA, dependencia de la Secretaría de Agricultura Ganadería y Pesca (SAGARPA). A nivel nacional, la REDAC fue la primera y única organización en buscar constituir un SPG en México y en presentarse como interlocutor frente al Estado. La ley implica que, fuera de los mercados orgánicos/alternativos y de sus respectivas comisiones de certificación participativa, los pequeños productores que aplican los principios de la agricultura orgánica, pero que no integran estos mercados, no pueden apelar a lo establecido en el citado artículo 24, ni a los recursos públicos asegurados por la ley. Actualmente varias organizaciones de productores orgánicos, que dialogan con SENASICA, buscan implementar sus propios sistemas; es el caso de la Sociedad Mexicana de Producción Orgánica, así como de algunos mercados orgánicos que presentaron una solicitud ante la institución. Este proceso de reconocimiento de los comités de certificación participativos implica la constitución legal de los mercados antes de tramitar la acreditación del Comité. Hasta la fecha en que se redactó este documento, ninguna de las organizaciones que presentaron su solicitud de validación ante SENASICA había sido aprobada.

Este tema de la obtención de una figura jurídica inició un proceso de reflexión en el contexto del mercado alternativo de Tlaxcala, sobre las implicaciones de la constitución del grupo en cuanto a las obligaciones y sobre las ventajas que le daría, entre otras cosas, para la obtención de recursos públicos. No obstante, conviene insistir sobre el hecho de que pocos productores están en condiciones de cubrir todos los requisitos establecidos en la ley y actualmente<sup>22</sup> no reciben apoyos a nivel local, como mercado, para fortalecerse en este sentido.

<sup>22</sup> La investigación de campo y la redacción de este capítulo se realizó entre 2015 y 2017.

Los comités de certificación participativa promovidos por la REDAC ambicionaron la integración de los consumidores finales en los órganos internos. En la realidad, es difícil concretar la integración de este actor. Los mercados alternativos de Tlaxcala no tienen hasta ahora consumidores incorporados en sus comités y siempre se muestran reacios a relacionarse con organismos gubernamentales. Algunas de las explicaciones que parecen sobresalir en los discursos de los actores entrevistados para esclarecer este rechazo son los conflictos de intereses dentro del mercado, el vínculo de algunos grupos de productores con partidos políticos y el miedo a que los consumidores invaliden los procesos de certificación interna al enterarse de irregularidades.

Eric<sup>23</sup> fue coordinador del Comité de Certificación Participativa en Tlaxcala durante un año. Recibió quejas de parte de algunos consumidores sobre la procedencia dudosa de ciertos productos vendidos, adquiridos por los integrantes en el mercado convencional y anunciados como orgánicos. Finalmente, Eric renunció a integrar a los consumidores por temor a posibles consecuencias ante la eventual aparición de otras irregularidades en el proceso:

Quando yo empecé, decidimos excluir a la gente, a los clientes, a los consumidores, porque nos fuimos a enfrentar con un panorama que iba a terminar con nuestros consumidores. Cuando llegué a los terrenos y vi las aguas negras, dije, ¿jino, que está pasando?!

Según Eric, esta situación es resultado del mal manejo que hicieron algunos miembros de la comisión certificadora en los años anteriores. El productor habló, más en concreto, de prácticas deshonestas por parte de los encargados en aquel momento, que aceptaron nuevos integrantes que no cumplían el compromiso con la agroecología y, sobre todo, con la confianza que debe establecerse con los consumidores. Sin embargo, podemos preguntarnos ¿cómo mantener la credibilidad y un vínculo de confianza con los consumidores, si no se da en el seno del grupo de productores?

Reencontramos en estas experiencias uno de los aspectos denunciados por Patrick en el marco de los procedimientos de certificación en agricultura orgánica, que fomentan la creación de una barrera entre los certificados Bio, AB y los no certificados. Los productores entran en una especie de competencia que fomenta desconfianza, maniobras de rodeo de las normas y conflictos entre productores «para ver quién cumple mejor».

<sup>23</sup> He mantenido una estrecha relación con este productor. Diario de campo 2014.

Finalmente, los procesos de certificación participativa en Tlaxcala encuentran dificultades para garantizar el origen agroecológico de las materias primas utilizadas por los intermediarios que abastecen a los productores. En efecto, la mayoría de los productores no venden su producción en bruto, la someten a una transformación con el fin de agregar valor a los alimentos y ofrecer platos preparados el día de mercado. La comisión de certificación no está en capacidad de controlar a los proveedores de los productores, e incluso hay varios productores que no aceptan que ciertos productos comercializados en el espacio del mercado sean de origen externo a sus unidades de producción.

Frente a las dificultades encontradas internamente en los mercados para organizar un sistema de certificación participativo funcional e inclusivo, un grupo de productores, transformadores y consumidores vinculados a los mercados alternativos iniciaron un proceso de discusión para crear un grupo externo, cuyo conjunto de actores pudiera ser parte de la gobernanza y que permitiera cumplir eficazmente el proceso, a la par de promover la agroecología a nivel estatal.

### **Emergencia de la asociación Tijtocha Nemiliztli**

En paralelo a la organización de los mercados y de sus respectivas comisiones, desde hace tres años empezó a organizarse un comité estatal de certificación participativa denominado Tijtocha Nemiliztli, palabras en náhuatl que se pueden traducir como ‘sembramos vida’.<sup>24</sup> Antes de tomar este nombre, el grupo fundador se identificaba como comité estatal, lo que mostraba desde el principio las aspiraciones englobantes del grupo.

Esta asociación se conformó con la colaboración de la organización Campesino A. C. (organización ambiental y de promoción de la agroecología), de la Colmena (cooperativa de consumo y producción rural impulsada por Campesino A. C.), así como con tres productores de los mercados alternativos, constituidos como empresa familiar, una productora independiente y tres consumidores de los mercados alternativos. El grupo se formalizó como asociación civil en febrero de 2016, aunque empezó sus actividades desde los inicios de la agrupación de sus miembros en 2014.

<sup>24</sup> No existe una autoidentificación específica del origen indígena en el grupo, pero se eligió este nombre, tras largos debates, como una forma de expresar respeto y reconocimiento de las poblaciones indígenas y en remembranza de las raíces indígenas de Tlaxcala.

En un principio se quiso integrar a todos los actores vinculados a los mercados alternativos con el fin de fortalecer el movimiento agroecológico, así como facilitar los procesos de certificación y otorgar un sello único en el marco de los dos mercados alternativos. Así, estuvieron igualmente representantes del Grupo Vicente Guerrero, A. C. con larga historia vinculada a la agroecología en el estado de Tlaxcala y de la cual algunos miembros están en el mercado alternativo de la entidad desde sus inicios, pero se retiraron rápidamente, como se verá más adelante. Según los integrantes actuales de Tijtocha Nemiliztli, los representantes del Grupo Vicente Guerrero no lograron imponer su protagonismo en la toma de decisiones como lo hicieron en el mercado de Tlaxcala.

En opinión de representantes de dicho grupo, la asociación Tijtocha Nemiliztli es una filial de la organización Campesino A. C. que sirve a sus propios intereses y no tiene autonomía de la organización, por lo que prefiere orientar los esfuerzos del mercado alternativo de Tlaxcala hacia la constitución de un SPG nacional en el marco de la REDAC.<sup>25</sup> Otra crítica de parte del Vicente Guerrero sobre la asociación es que le faltan aptitudes y conocimientos para realizar las verificaciones, mientras pretenden ser los más aptos para realizarlas por su larga experiencia con la agroecología.

La delegada en el Distrito Federal<sup>26</sup> del SENASICA, que trabaja en colaboración con Tijtocha Nemiliztli, observa la organización como algo innovador porque no existe en la actualidad una iniciativa similar a nivel nacional.

La ley en México define —al igual que en Francia— los conceptos que permiten identificar la calidad orgánica de los productos, pero en ninguna parte del ordenamiento aparece el término de «agroecología», que la asociación pretende difundir a través de las prácticas de cultivo de sus miembros. Los estatutos de SENASICA indican que los productos en venta deben especificar las palabras «orgánico, biológico y ecológico»; no obstante, en la práctica los integrantes de Tijtocha Nemiliztli buscan aplicar criterios más en concordancia con las aspiraciones de los productores agroecológicos de Tlaxcala (integrando las consideraciones sociales que no se contemplan en la normativa de SENASICA). Así, para obtener la aprobación de la institución gubernamental se emplea un doble discurso, «lo orgánico es para el gobierno, pero nosotros manejamos con nuestros productores la

<sup>25</sup> Aunque en una entrevista, Rita Schwentensius, excoordinadora de la Red y fundadora, reconoció la dificultad para crear tal sistema a nivel nacional. En efecto, las distancias y las particularidades de los territorios en México lo dificultan, además de que no hay recursos suficientes para la concreción del proyecto.

<sup>26</sup> Desde 2016, la entidad se denomina legalmente Ciudad de México (CDMX).

agroecología, esto es lo que queremos promover» (Rodrigo, coordinador de la asociación Tijtocha Nemiliztli).

En el origen de esta iniciativa se concibió la creación de un comité estatal que certificara su producción. Era una necesidad compartida con Campesino A. C., con base en un procedimiento formal que debía ser reconocido por sus compradores de granos, ubicados en otros estados del país. Este interés es común a los productores que solo comercian en la entidad. El conjunto de los involucrados aspira a obtener el respaldo del Estado, aunque rechazan sus lógicas productivistas. El Comité de los Mercados Alternativos no está formalizado y enfrenta diversos conflictos internos, por lo cual no está en capacidad de ofrecer un respaldo institucional.

En los inicios de Tijtocha Nemiliztli había tres órganos de certificación participativa para la etiqueta orgánica/biológica/agroecológica en Tlaxcala: el de ellos mismos y dos más que funcionaban como parte de los mercados alternativos de Apizaco y la ciudad de Tlaxcala, estos últimos mayormente orientados a productores de esos mercados, pero abiertos a ofrecer el servicio a externos.

En el reglamento del mercado alternativo de Tlaxcala se estipula que los productores deben estar certificados de forma participativa, pero no se precisa que este requisito deba cumplirse por el órgano del mismo mercado. Hoy en día los integrantes del mercado alternativo de Apizaco trabajan con Tijtocha Nemiliztli como una manera de escapar a las fuertes tensiones del Comité interno del Mercado Alternativo de Tlaxcala, organizado por el Grupo Vicente Guerrero.

La mayoría de los integrantes del mercado de Apizaco participan indistintamente en los de Tlaxcala y Apizaco, lo cual implicó que se duplicaran los costos para cubrir las visitas de Comité interno y las de verificación de Tijtocha Nemiliztli. Es importante precisar que, por costos similares, esta asociación realiza tres a cuatro visitas de acompañamiento anuales con los productores, mientras que el Mercado solo efectúa una, en la cual no intervienen los consumidores. Cabe añadir que desde 2014, la organización naciente Tijtocha Nemiliztli recibe el apoyo de la Fundación Interamericana<sup>27</sup> para facilitar su constitución y operación.

Antes de seguir adelante, es importante insistir en el efecto que tuvo la promulgación de la Ley de productos orgánicos y el hecho de que la certificación participativa se insertara en la norma. Esto provocó una

<sup>27</sup> Organización vinculada al Senado estadounidense. Promueve y fomenta la vinculación de diferentes sistemas SPG a nivel latinoamericano. Así, ha propiciado contactos con otras organizaciones de Brasil, Paraguay y Bolivia desde los inicios del proyecto en 2014.

especie de carrera a nivel nacional por la creación de comités, aunque no ha impedido que algunos mercados y tianguis agroecológicos/alternativos rechazaran entrar en este juego, y fomentó numerosas tensiones y luchas a nivel interno y entre mercados del país. Las tentativas de unión parecen haber provocado un efecto contrario, al desencadenar un mayor número de conflictos y tensiones. En el caso de Tlaxcala podemos observar cómo resulta complicado que se respeten varios principios básicos de la producción orgánica debido a la disputa de intereses en juego dentro del mercado (lo que parece redundar en numerosos mercados alternativos en marcha): la transparencia en los procesos de control, la horizontalidad y el involucramiento de una variedad de actores dificultan aún más la aplicación de dichos principios.

Ya sea como consecuencia de las crisis sanitarias y la necesidad de desarrollar mecanismo de trazabilidad y control de los procesos de producción o por el crecimiento del interés económico en la agricultura orgánica y su certificación, los gobiernos de Francia y de México se posicionaron frente al dilema de estandarizar y normalizar para lograr regular y fomentar buenas prácticas agrícolas frente a un mercado demandante de productos orgánicos. A continuación analizaremos dos diferentes posturas adoptadas por ambos gobiernos y las reacciones respectivas de la sociedad civil.

### **La agroecología de Estado según el gobierno francés**

En octubre de 2014, el secretario francés de Agricultura, Stéphane Le Foll, anunció con mucho ruido la entrada en vigor de la Ley del futuro para la agricultura (Loi d'Avenir pour l'agriculture). Se concretaba así el fruto de un trabajo iniciado en 2012 por parte del gobierno, con la creación de varios programas de fomento de una «agricultura económica, social y ambientalmente competitiva». La particularidad de esta nueva reglamentación gira en torno a la nueva política del gobierno de fomentar el desarrollo de la agroecología<sup>28</sup> en el marco del programa Producir de forma diferente.

A primera vista, esa postura de Le Foll a favor de la agroecología parece un buen augurio para la agricultura orgánica y campesina. Sin embargo, en paralelo a este interés gubernamental por la agroecología existe

<sup>28</sup> Discurso de Stéphane Le Foll el 20 de febrero de 2015: «Ya no estamos en la etapa de felicitarnos por los resultados pioneros de la agroecología. Estamos construyendo las vías de una generalización de esas prácticas y preparando su desarrollo y apropiación por todos».

un importante debate entre las organizaciones campesinas sobre las expectativas posibles ante tal proyecto de Estado, cuando las políticas gubernamentales se orientan básicamente hacia el crecimiento económico. En N&P ya circulan las discusiones sobre los riesgos de que el concepto derive hacia una economía verde que no tiene ninguna relación con el proyecto inicial de los campesinos, y de tener que hablar en el futuro de una «agroecología industrial» frente a una «agroecología campesina» (Van den Akker 2013:9).<sup>29</sup>

El gobierno francés estableció directrices para el desarrollo de una agricultura más respetuosa del medio ambiente, bajo el esquema de «triple dimensión: social, ecológica y económica».<sup>30</sup> La agroecología de Estado engloba, bajo un mismo vocablo, revolución doblemente verde, agricultura ecológicamente intensiva, agricultura de conservación y agricultura biológica. Para el gobierno se trata de reducir el uso de agroquímicos y que los productores innoven para enfrentar este reto con el apoyo de recursos públicos; pero no habla de eliminar los insumos químicos de síntesis, sino de impulsar a los productores para que encaren con acciones innovadoras el reto de hallar una manera más razonable de utilizarlos. El proyecto agroecológico de Le Foll tampoco responde a las preocupaciones asociadas con el origen de las semillas, cuestión que está en el centro de las demandas de las organizaciones campesinas francesas. Así, al desestimarse la oposición entre lo orgánico y lo convencional, se irá diluyendo el significado del concepto de «orgánico» que se asociaba con una agricultura sin agroquímicos y esta transitará hacia una agricultura «con químicos amigables con el medio ambiente».

A nivel de la Unión Europea, la última década del siglo xx fue escenario de la institucionalización de la agricultura orgánica. En 2012, explica Jordy (2013), pasó algo similar con la agroecología. La agricultura orgánica perdió su proyecto político inicial de movimiento social al ser retomado por los intereses del poder económico y político. El proyecto agroecológico de Le Foll parece asimilarse a ciertos aspectos en discusión a nivel

<sup>29</sup> La agroecología se desarrolló como una herramienta para la defensa de la soberanía alimentaria de las poblaciones locales. Fuertes movilizaciones sociales dieron vida al movimiento agroecológico con su triple dimensión: agronómica, social y política. En América Latina se constituyó como una alternativa a la agricultura industrial química u orgánica, que se basa en monocultivos de exportación y mantiene el esquema de explotación de la mano de obra, y destruye la agricultura familiar, en su afán de abastecer los mercados occidentales.

<sup>30</sup> En francés, el término empleado por el gobierno es *performance*, para la traducción consideramos que la palabra dimensión nos acerca más al sentido original.



europeo, en las negociaciones sobre la Política Agrícola Común (PAC), que incluye un mecanismo de subsidios verdes aplicados con criterios como las «prácticas agrícolas favorables con el clima y el medio ambiente». Lo anterior puede explicar el reciente interés del gobierno por las producciones agroecológicas.

Patrick explicó, en el marco de una entrevista, el temor que existe entre los productores por la vulgarización de prácticas agroecológicas con objetivos centrados en la dimensión económica. La institucionalización de la agroecología podría propiciar una situación similar a la que experimentó la agricultura orgánica, cuyo concepto fue retomado por empresas industriales bajo criterios menos estrictos y sin toda la reflexión de los aspectos sociales:

Si no nos cuidamos, gente más viva que nosotros va a aprovechar para robarnos la tierra recuperando nuestras técnicas, vendiendo más barato su producción que nosotros y van a asfixiar al campesino económicamente y a apropiarse del mercado. Este es el programa de agroecología de Le Foll. Porque en la realidad no hay necesidad de campesinos para alimentarnos, es suficiente de un operador de maquinarias y un poco de tierra y nada más. Después el dueño puede trabajar en cualquier otra actividad y/o vivir en el octavo piso con una pensión, subsidio o etc. Una vez eliminados los competidores campesinos, la empresa podrá acaparar las tierras y controlar el abasto alimentario de la población y los precios (Patrick, entrevista).

William Vidal, fundador de la certificadora privada ECOCERT, considera que la agricultura orgánica debe democratizarse para lograr cubrir la demanda, porque los pequeños productores no están —según él— en capacidad de abastecer el mercado con productos orgánicos (Bacqué 2012:165). Se requerirán en el futuro mayores volúmenes y con precios bajos para permitir a ciertas categorías de la población el acceso a lo orgánico. Ahí encajan las preocupaciones de Pierre y de los demás productores defensores de los valores originales de la agricultura orgánica, en el sentido de ser excluidos frente a un sector industrializado y no poder seguir su actividad por la competencia que existe.

La democratización de la agroecología en Francia y, en este sentido, su reconocimiento en las políticas públicas, tal como sucedió con la agricultura orgánica, corre el riesgo de que sus principios rectores se diluyan en la medida en que se los apropie el gobierno. Esta reutilización de un concepto originalmente nacido en la sociedad civil por oposición a la

agricultura industrial ha provocado importantes debates a nivel nacional, pero en la actualidad no se puede saber hacia dónde irá este proceso iniciado por el ministro de Agricultura francés. Tal vez encienda un movimiento más amplio de reconversión de pequeñas explotaciones a prácticas agroecológicas, pero puede resultar más negativa para la subsistencia de las familias campesinas.

En el caso mexicano, la historia de la agricultura orgánica y de la agroecología es distinta. Existen reivindicaciones de parte organizaciones campesinas y de otras involucradas en la agricultura ecológica. La situación es ligeramente diferente y en cierto modo contradictoria al caso francés.

### **Una agroecología fuera de la norma en México**

En Tlaxcala, la agroecología no es un tema relevante entre las preocupaciones gubernamentales, pero bajo el impulso de la Ley de producción orgánica y el reconocimiento de la certificación participativa, como lo vimos anteriormente, se empezó igualmente un proceso de burocratización de las prácticas agroecológicas en el contexto de los mercados. Este proceso se llevó a cabo gracias a la presión ejercida por la REDAC para que los comités de los mercados alternativos se constituyeran formalmente y homogeneizaran sus parámetros; sin embargo, los productores quedan relativamente alejados de las instancias gubernamentales en materia de reglamentación de la agricultura orgánica. No obstante esta tendencia, la asociación Tijtoca Nemiliztli, desde el inicio de sus actividades, se relacionó con las instituciones gubernamentales a efecto de obtener su respaldo al momento de registrarse como organización en el padrón de las certificadoras participativas (trámite gratuito otorgado por el SENASICA). Esta relación no transcurre de manera acrítica. Por ejemplo, en el marco de una reunión de capacitación en producción de nopal intervino Rodrigo, el coordinador de dicha asociación, para denunciar la situación actual en cuanto a la producción orgánica y la falta de interés por parte del gobierno estatal en las propuestas productivas de los campesinos:

A lo mejor es cierto, por ejemplo, que uno debe modernizar, para esto está enfocado este proyecto, vayamos sumándonos, pero también para ir haciendo, de alguna manera, que el gobierno voltee a vernos. Porque si todo Tlaxcala se pone a producir maíz agroecológico yo creo que sí le vamos a dar abasto a todo Tlaxcala [interrumpido por el ingeniero representante de una

institución gubernamental]. Pero solo para un segmento de la población nacional [sigue el productor (Rodrigo)], pero nosotros no queremos tener que traer maíz blanco de Chiapas. Sí podemos, ingeniero, lo que pasa, ingeniero, es que desde las instituciones del gobierno nos están vendiendo esa idea de que no podemos abastecernos a todos. Sí podemos, si ellos nos dieran el respaldo y el apoyo, podemos hacerlo, pero ahí están las trabas.

A pesar del contexto que acabo de describir con respecto al proceso de institucionalización, en febrero de 2016 el Comité Estatal de Certificación Participativa (asociación Tijtocha Nemiliztli) decidió incorporarse, mediante su conformación como asociación civil, para dar cumplimiento a los requisitos del SENASICA y ser reconocida como órgano de control. Una de las exigencias consiste en la formalización de manuales de operación propios, con sus criterios de verificación y procedimientos, documentos públicos que deben estar a disposición de todo aquel interesado en conocer el funcionamiento de la organización.

Con la institucionalización del procedimiento se deben desarrollar niveles de conocimientos técnicos, sistemas de gestión y de administración, medios financieros (Speich 2001:285), que Tijtocha Nemiliztli trata de adquirir. A través de la persistencia y confrontación de los dos órganos de certificación, se evidencian dos posturas diferentes frente al gobierno por parte de los integrantes del mercado alternativo de Tlaxcala. La primera está determinada por una comisión interna al mercado, que ve muy tímidamente su entrada en un trámite de reconocimiento legal por el importante proceso organizativo que debe generar la formalización del colectivo y por los conflictos de intereses internos que dificultan la toma colectiva de decisiones. La segunda postura, adoptada por la asociación, ofrece una alternativa que se acerca al modelo de SPG propuesto por la organización Nature & Progrès que, debido a cierta autonomía e independencia de los actores encargados de las visitas de certificación, logra evitar o propone mecanismos de solución de divergencias a sus afiliados. En efecto, la cooperación de actores externos a la producción y a la comercialización, en el marco de la asociación, es decir, los consumidores involucrados en todo el proceso —desde su implicación en la gobernanza de la organización hasta los procesos de verificación— permite restablecer un cierto equilibrio de poder en el grupo y favorece el intercambio y conocimiento mutuo entre estas dos figuras esenciales que son el productor y el consumidor.

De manera general, la entrada en vigor de la Ley de producción orgánica y su integración del concepto de certificación participativa implica en

el futuro un proceso más complejo al sistema informal instaurado. Pero con ese deseo de institucionalización y profesionalización de los miembros de Tijtocha Nemiliztli y la presión ejercida para que se formalizara, se puede entrever un riesgo mayor. La asociación se encuentra en el límite, en una frontera que no debe sobrepasar si no quiere perder su identidad de sistema participativo de garantía para ubicarse del otro lado, con las certificadoras convencionales de tercera parte, y olvidarse de su flexibilidad y de su espíritu de inclusión social.

## Conclusión

El agrónomo Mathieu Calame (2008) calificó la modernización productivista, denominada en los países del sur como Revolución verde, «de regreso al neolítico» porque los progresos agronómicos alcanzados a lo largo de varios milenios fueron abandonados y sustituidos por «una agricultura simplificada». Los monocultivos reemplazaron las asociaciones y rotaciones complejas de cultivos. La química y las máquinas permitieron, en efecto, responder a las vicisitudes, también a los errores y extravagancias agronómicas, pero a la par de estos «progresos» se pudo observar una disminución drástica en la diversidad de las plantas cultivadas y en los animales criados, para responder a criterios esencialmente cuantitativos o comerciales.

La creación de las redes alimentarias alternativas fue fomentada, organizada y sostenida esencialmente por productores y consumidores, miembros en algunos casos o vinculados a otras organizaciones de la sociedad civil, que denuncian las formas actuales de producción y de consumo alimentario. El aumento en el número de iniciativas similares podría justificar un interés creciente por el proceso de parte de los gobiernos de los dos países aquí analizados.

Para garantizar la calidad de los productos y las buenas prácticas asociadas se desarrollaron diferentes sistemas de certificación de productos orgánicos. Con el sistema de producción normalizado y estandarizado, los procesos de certificación llegaron a estandarizarse igualmente. El rechazo de tal homogeneización y la pérdida de sentido de la iniciativa propuesta por los mismos productores, además de la pérdida de confianza de los actores en los procesos de producción y comercialización, favoreció el nacimiento y el desarrollo de Sistemas Participativos de Garantía. En Francia como en México existe este sistema de SPG, aunque en el caso francés es

mucho más antiguo y bastante consolidado, mientras que México intenta desarrollar el suyo con todas las dificultades que implica la adopción de este mecanismo.

En Francia el gobierno tomó últimamente un giro importante al desarrollar políticas públicas a favor de las prácticas agroecológicas. Sin embargo, esta voluntad política parece estar bastante cuestionada por actores de la sociedad civil, por sus orientaciones productivistas y el temor a que la agroecología pierda su sentido original. Por el contrario, en México la agroecología es uno de los pocos conceptos que no fueron acaparados por el gobierno.

En el caso mexicano, las necesidades de garantizar la calidad del producto final, así como de escapar a los conflictos de interés y de gobernanza, llevó a la constitución de una asociación especializada (Tijtocha Nemiliztli), en la cual colaboran varios miembros del mercado y consumidores que anhelan la profesionalización de sus actividades y buscan vincularse al gobierno, hacer reconocer su proceso a nivel nacional y desarrollar redes a nivel local, regional, nacional e internacional y, en general, con productores y consumidores interesados en la agroecología y los sistemas participativos de garantía.

Así, las instituciones públicas parecen tener orientaciones contradictorias frente a estas redes alimentarias alternativas; no atinan a la generación de políticas públicas para apoyar a este sector de la población. Esto provoca trabas para el desarrollo de las actividades respectivas, en la medida en que se opera con programas y reglamentaciones que no son adecuados o que sencillamente son contradictorios con respecto a los proyectos locales. A consecuencia de esta situación, los actores de este movimiento agroecológico reaccionan con posturas distintas, entre el rechazo a la intervención del Estado o, al contrario, en busca de relaciones más estrechas con este.

La postura de la asociación Tijtocha Nemiliztli en México y sus relaciones conflictivas con otros actores de la agroecología en Tlaxcala permiten ilustrar esta situación. Se debate entre el deseo, por un lado, de fomentar y hacer reconocer la agroecología como un «estilo de vida» que responde a los retos de la soberanía alimentaria, y el desafío, por el otro lado, que le impone la legislación al no reconocer el concepto ni darle importancia a los sistemas agrícolas de pequeña escala, primeros actores de la agroecología y de los SPG. La ambición de estar respaldado y al mismo tiempo influir sobre las políticas públicas que no atinan a apoyar a este sector de la población se tradujo para sus miembros en buscar un modo

de convivencia con la legislación. A primera vista el respaldo de sus procesos por las instancias gubernamentales implica necesariamente su institucionalización y de allí su estandarización. La asociación se encuentra en una frontera arriesgada entre mantenerse como un sistema participativo de garantía autónomo, con lineamientos agroecológicos que fomentan el respeto a la persona y su entorno, o volverse una certificadora de tercera parte reinsertándose en el modelo de la «economía moderna».

Finalmente, los procesos desarrollados por Tijtoca Nemiliztli, al igual que el trabajo de Nature & Progrès y otras organizaciones de certificación participativa, en lo inmediato, parecen enseñarnos lo difícil que es salir de un sistema capitalista y reconstruir los vínculos de confianza cuando el modelo dominante fomenta el fin de las solidaridades y del mutualismo.

## Bibliografía

AKKER, JORDI VAN DEN

2013 «L'institutionnalisation de l'agroécologie... une nouvelle phase», *Revue Nature & Progrès*, 91, pp. 22-23.

ARNAULD DE SARTRE, XAVIER, HÉLÈNE DOUENCE Y CLAIRE-EMMANUELLE MERCIER

2010 «Choisir et redéfinir le local. L'exemple d'un type de filières courtes: les AMAP en Béarn», en J. B. Taversac, *Circuit courts: contribution au développement régional*, Auzeville, Educagri, pp. 55-70.

BACQUÉ, PHILIPPE

2012 *La Bio entre business et projet de société*, Marsella, Agone.

BESSE, PIERRE

2012 «La double nature de la Bio», en Baqué Philippe, *La Bio entre business et projet de société*, Marsella, Agone.

CALAME, MATHIEU

2008 *La tourmente alimentaire. Pour une politique agricole mondiale*, París, Charles Léopold Mayer.

CID AGUAYO, BEATRIZ

2011 «Agroecología y agricultura orgánica en Chile: entre convencionalización y ciudadanía ambiental», *Agroalimentaria*, 17(32); enero-junio, pp. 15-27.

DELGADO CABEZA, MANUEL

- 2010 «El sistema agroalimentario globalizado: imperios alimentarios y degradación social y ecológica», *Revista de Economía Crítica*, 10, segundo semestre.

EUROPAID

- 2012 *L'agriculture Biologique*, Note d'information, Comunidad Europea

GONZÁLEZ, A. Y R. NIGH

- 2005 «Smallholder participation and certification of organic farm products in México», *Journal of Rural Studies*, 21, pp. 449-460, <<http://www.ingen-taconnect.com/content/els/07430167>>

GRIFFON, MICHEL

- 2002 «Révolution Verte, Révolution Doublement Verte. Quelles technologies, institutions et recherche pour les agricultures de l'avenir?», *Mondes en développement*, 117, pp. 39-44.

INTERNATIONAL FEDERATION OF ORGANIC AGRICULTURE MOVEMENTS

- 2011 «Participatory guarantee systems brochure», en <[http://www.ifoam.org/about\\_ifoam/standards/pgs/PGS-Brochure-Dec2011\\_Web.pdf](http://www.ifoam.org/about_ifoam/standards/pgs/PGS-Brochure-Dec2011_Web.pdf)> [consulta: 15/12/2015].

LAMINE, CLAIRE

- 2008 *Les AMAP: un nouveau pacte entre producteurs et consommateur?*, Francia, Gap Yves Michel.

MAY, CHRISTOPHER

- 2008 «Lineamiento SPG: *Cómo pueden desarrollarse y funcionar los Sistemas Participativos de Garantía*», Nueva Zelanda, IFOAM.

NIGH, RONALD

- 1999 «Agriculture in The Information Age: The Transnational Ecology Of Corporate Versus Smallholder Farming», *Urban Anthropology and Studies of Cultural Systems and World Economic*, 28(3-4), pp. 253-298.

NIGH RONALD Y ALMA AMALIA GONZÁLEZ CABAÑAS

- 2015 «Reflexive Consumer Markets as Opportunities for New Peasant Farmers in Mexico and France: Constructing Food Sovereignty Through Alternative Food Networks», *Agroecology and Sustainable Food Systems*, vol. 39, pp. 317-341.

PLOEG, JAN DOUWE VAN DER

- 2014 *Les paysans du XXI<sup>e</sup> siècle*, París, Charles Léopold Mayer.

RED MEXICANA DE TIANGUIS Y MERCADOS ORGÁNICOS (REDAC)

2015 «Guía Informativa sobre Certificación Participativa», Guadalajara, Ecotlán.

SPEICH, N.

2001 «Le label, un instrument pour les petits producteurs du Sud», en C. Auroi y C. Schümperli Younossian (eds.), *Le commerce durable. Vers de plus justes pratiques commerciales entre le Nord et le Sud*, Ginebra, Institut Universitaire d'Etude du Développement.





# Aspectos sociales que inciden en la configuración de los consumidores reflexivos

Cynthia Gutiérrez Pérez<sup>1</sup>

## Contradicciones de la mundialización alimentaria

El alimento moderno se ha convertido en un artefacto misterioso, en un objeto comestible no identificable cargado de veneno, colorantes, pesticidas, aditivos y residuos (Fischler 1995).

El efecto de la mundialización en la producción de alimentos se expresa en diferentes escalas y en términos económicos, sociales, políticos y culturales. Si bien el sistema moderno de producción ha posibilitado el intercambio de alimentos, su distribución no está libre de contradicciones ya que, a nivel mundial, la capacidad de adquirir alimentos y asegurar sanidad continúa siendo una preocupación.

Una de las principales características de la mundialización alimentaria es tratar los alimentos como si fueran un bien de consumo cualquiera y esto en sí representa una paradoja, porque los alimentos producidos desde su ciclo natural no se adaptan al modelo industrial; en ese sentido, la producción a gran escala basada en la eficiencia genera una caída en los precios que obliga a producir alimentos de calidad y valor nutricional inferiores (Roberts 2009).

<sup>1</sup> Instituto Nacional de Pesca.

Bajo esa lógica, el actual sistema de producción de alimentos se conjuga con la idea de alargamiento, es decir, la manipulación artificial de los alimentos por medio de conservadores, aditivos, aromatizantes, hormonas y antibióticos, y con la idea de fragmentación, que alude a la posibilidad de encontrar alimentos de temporada en cualquier época del año (Guidonet 2010). Todas estas características corresponden a un fin único que consiste en mantener el control corporativo del sistema alimentario.

En términos macroeconómicos, el sistema de producción de alimentos ha alcanzado sus límites, que se expresan en el fenómeno de la sobreabundancia y la concentración, el desorden gastronómico y la injusticia con respecto a los pequeños productores.

Para Millán (2000) y Guidonet (2010) otro efecto de la mundialización de la producción de alimentos es la abolición del contexto en función de que la distribución supera notablemente el ámbito territorial y eso genera una sensación de pérdida de control. Esta situación ha ocasionado el desarrollo de una serie de normas aseguradoras de la calidad alimentaria dirigida a diversos ámbitos: nutricional, sanitaria, ética e incluso organoléptica.

Por lo tanto, la búsqueda de la calidad asociada con el sistema de grandes volúmenes y costos bajos es también un resultado de la producción industrializada; por un lado expresa una preocupación mundial con respecto al control de enfermedades, sobre todo en alimentos elaborados con insumos procedentes de diferentes lugares, y por otro lado es una noción que influye en el consumidor a través de campañas de mercadotecnia que relacionan «comodidad y ahorro de tiempo» con los alimentos procesados.

A pesar de las regulaciones, los escándalos en materia de contaminación de alimentos a nivel mundial persisten y sus impactos en la salud de los consumidores provocan que estos pongan en entredicho la supuesta bondad de la industrialización alimentaria.<sup>2</sup> Otros casos controvertidos vinculados a la producción y el procesamiento de alimentos a escala masiva son: la incidencia de la encefalopatía espongiforme bovina

<sup>2</sup> A raíz del problema de contaminación en carne por *E. coli* en Estados Unidos se adoptó el Análisis de riesgos y puntos críticos de control (HACCP), en el cual las empresas se ven obligadas a declarar el origen de todos los insumos de su proceso de producción con el fin de evitar agentes contaminantes. A pesar de este mecanismo, las enfermedades persisten debido en parte a la diversidad de lugares de origen de los ingredientes de un alimento y de su procesamiento, prácticas que se llevan a cabo únicamente para bajar costos. Es por ello que resulta difícil, si no es que imposible, identificar el origen de una contaminación en la cadena alimentaria (Roberts 2009).

(enfermedad de las «vacas locas»), el uso de dioxina en la producción de aves, la gripe aviar, la utilización de diversos químicos que actúan como aceleradores del crecimiento en bovinos, porcinos y peces, el uso de la ingeniería genética, que en conjunto representan prácticas cuyos efectos a largo plazo no han sido suficientemente ponderados (Callejo 2001).

Además de los problemas mencionados, el modelo de industrialización se enfrenta a costos externos que representan desafíos para la producción de alimentos en el futuro. Algunos de estos costos tienen que ver con la disminución de tierras cultivables, la degradación del suelo y con el agotamiento de los recursos hídricos. Ante este escenario aparecen iniciativas que exigen cambios en la forma de producir y consumir alimentos, representadas por la agricultura orgánica, la agroecología y por una producción local empeñada en recuperar la noción de los alimentos como algo que las personas producen para otras personas. Las opciones buscan retornar a una economía que dependa de proveedores cercanos con el propósito de reducir externalidades y restaurar cierta equidad entre los productores y los consumidores (Roberts 2009).

### **Riesgo alimentario: marcos conceptuales**

La alimentación vista como un acto cultural y simbólico ha sido abordada desde diversas perspectivas (véase cuadro 1, que resume los principales temas estudiados en la sociología de la alimentación). En este trabajo me enfoco en los estudios que analizan la alimentación desde la perspectiva del riesgo, a partir de la premisa de que los avances tecnológicos que acompañan la industrialización de los alimentos generan nuevas valoraciones y cambios en los consumidores a menudo fundamentados en la desconfianza (Contreras y Gracia 2005).

Lo primero que habría que destacar es que debido al creciente desarrollo de los intercambios comerciales transnacionales, el consumo alimentario dejó de estar limitado a los cultivos propios de cada país o territorio local (Entrena 2008) y ocasionó dos efectos contradictorios: una creciente homogeneización mundial de las dietas y de las actitudes socioculturales ante ellas y una búsqueda de la diversidad que tiende a intensificarse como reacción frente a dicha homogeneización (Díaz y Gómez 2001).

Lo anterior produce incertidumbre en los consumidores, ya que estos solo conocen los productos finales, mientras que el resto es una caja negra

**Cuadro 1.** Temas estudiados por la sociología de la alimentación

Líneas de investigación	Principales planteamientos
Culturas culinarias	Análisis del desarrollo del mundo de las cocinas.
Tendencias nutricionales	Estudios empíricos sobre estados nutricionales de las poblaciones y su evolución. Estudios sobre el consumo y hábitos alimentarios en función de variables sociodemográficas básicas.
Ciencias y prácticas sobre la comida y la salud	Estudios que relacionan alimentación y salud.
Desórdenes en la comida	Modelos de consumo en sociedades opulentas y trastornos alimentarios. Perspectiva de género.
Carencia y saciedad	Estudios de desigualdad social y sus relaciones con la alimentación. Prácticas de ayuno y orientaciones religiosas.
Impactos de la tecnología alimentaria	Efectos de la industrialización de la agricultura, producción artesanal de alimentos, cambios en la preparación, distribución y consumo.
Impacto de cultura dominante	Análisis de alteraciones en tradiciones culinarias, procesos de intercambio de comidas como efecto de las migraciones. Estudios alimentarios asociados con la identidad.
El espacio público de la comida	Estudios sobre el desarrollo de la gastronomía profesional, análisis de la alimentación institucional.
El espacio privado de la comida	Papel de la mujer contemporánea en la cocina y la familia, efectos de la comida industrial, análisis de desigualdades en el reparto de alimentos y relaciones entre alimentación y la división del trabajo al interior de los hogares. La cocina del placer y la figura del comensal.
Efectos de la globalización y la relocalización	Efectos de las tendencias homogeneizantes y el retorno a la alimentación local y a los particularismos identitarios.
La norma y la anomia alimentaria	Análisis de la pérdida de cultura alimentaria.
Los riesgos y las elecciones alimentarias	Diversos enfoques respecto a las formas en que se ha abordado el riesgo alimentario, calidad, construcción social de los alimentos.
La salud y la medicalización de la alimentación	Modernidad alimentaria y salud relacionada con el campo nutricional.
Estratificación social y distribución de la alimentación	Teorías de estratificación social y desarrollo en la solución de problemas alimentarios.
El cuerpo y la sociología	Dimensiones simbólicas y construcción social del cuerpo.
Sociología del hambre	Análisis de las causas y consecuencias del hambre.
El Estado, la alimentación y la nutrición	Políticas sanitarias y nutrimentales y sus efectos en las cadenas agroalimentarias. Derechos ciudadanos en referencia a la protección alimentaria.

**Fuente:** Elaboración propia a partir de Díaz y Gómez (2001).

(Silvander y Melet 1994 y Fischler 1995).<sup>3</sup> Para Díaz y Gómez (2001) esta condición se equipara con una pérdida de autonomía de los consumidores en lo que se refiere a la determinación de sus hábitos alimentarios y de sus niveles de dependencia con respecto a lo que marcan las transnacionales.

El tema del riesgo alimentario constituye una respuesta a las amenazas que plantea la vida social contemporánea (Giddens 1995); es una construcción social producto de la modernidad (Beck 2008) en la cual intervienen razones culturales que explican por qué el riesgo alimentario puede ser diferente dependiendo del contexto y el periodo histórico (Douglas y Wildavsky 1983). Peretti (2001) explica que aprendemos el riesgo en relación con nuestro sistema de valores y creencias, desde nuestra posición social y personal y, en consecuencia, cada cultura establece «riesgos asumibles» porque pueden comportar un importante beneficio y unos «riesgos malos» que hay que evitar. Este tipo de planteamientos nos invitan a reflexionar en que hay diferentes formas de asumir y percibir el riesgo y que este puede manejarse de forma individual o colectiva.

Así, ante la posibilidad de un alimento contaminado, las personas dejan de consumirlo total o parcialmente y/o cambian sus clasificaciones a alimentos buenos o malos e incluso pueden introducir nuevas categorías como artesanales, naturales, limpios, orgánicos o nutritivos. El asunto es que lo que pudo considerarse como una ventaja de la industrialización ahora se evalúa por los peligros que conlleva la producción, el procesamiento y el consumo de alimentos a escala masiva (Lupton 2000). Además, este escenario de incertidumbre genera preocupación pública y el surgimiento de movimientos y asociaciones tanto de productores como de consumidores (Ravetz 2002; Wolfe y Frongillo 2001).

De igual forma, el riesgo en la alimentación ha venido dotando de un nuevo sentido a la seguridad alimentaria al relacionarla con inocuidad sanitaria,<sup>4</sup> lo que ha permitido desarrollar un marco regulatorio a través de leyes y normas de trazabilidad en alimentos, de tal forma que términos como *calidad e higiene* son utilizados como parte de nuevas estrategias de mercadotecnia. Para otros autores (Nigh y González 2015) los temas de

<sup>3</sup> La idea del alimento industrializado como algo falso que rompe con el ámbito natural ha sido ricamente trabajada en Fischler (1998), Poulain (2002) y Contreras (2002).

<sup>4</sup> Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), organismos que coordinan el *Codex Alimentarius*, la inocuidad está referida a la determinación del carácter inofensivo de los alimentos, esto es, su incapacidad de producir daños o molestias a los consumidores; en otras palabras, el *food safety* se asocia con la calidad e higiene requeridas en la producción y el comercio internacional de alimentos para disminuir enfermedades.

inocuidad y buenas prácticas forman parte de un método utilizado por las industrias alimentarias para penalizar al pequeño productor que difícilmente puede adaptarse a sus rigurosas normas de certificación.

De ahí que durante los últimos 10 años se hayan desarrollado trabajos (Schroeder, Tonsor y Pennings 2007; Setbon, Raude y Fischler 2005; Pennings, Wansink y Meulenberg 2002) que explican por qué ha aumentado la percepción negativa que la población tiene sobre determinadas aplicaciones tecnológicas en la producción de alimentos y, en general, sobre la producción industrial.

### **Configuración de los consumidores reflexivos**

Los consumidores reflexivos se definen en el contexto antes descrito. Desde su perspectiva resalta la incompatibilidad de la industria con la calidad nutrimental. Se ubicaron de inicio como aquellos que, cubiertas sus necesidades básicas, aspiraban a satisfacciones adicionales con base en valores como la solidaridad con la población rural, la salud nutrimental, la sostenibilidad, el bienestar de los animales, la conservación de la biodiversidad y la soberanía alimentaria (Borström y Klintman 2009; Nigh y González 2015).

A diferencia de los marcos clásicos del comportamiento en el consumo de alimentos que proponen que las elecciones se fundamentan únicamente en características demográficas y socioeconómicas, los consumidores reflexivos buscan cambiar la relación sujeto-mercancía al ponderar factores sociales y ecológicos en las elecciones alimenticias como motor de la relación mercantil (Weatherell, Tregear y Allison 2003; Devcich, Pedersen y Petrie 2007). Son consumidores que se alejan de la sociedad de consumo a la que ya han empezado a conocer, relativizar y exigir (Alonso 2001).

Se podría decir que la reflexividad apela a la búsqueda de información no disimulada por la retórica de la publicidad, la imagen o el prestigio (Alonso 2002), llevando a estos grupos de consumidores a establecer otro tipo de relación entre confianza-consumo tanto al momento de informarse sobre el contenido de los alimentos como durante las decisiones de compra (Lobb, Mazzocchi y Traill 2006; Mazzocchi, Lobb y Traill 2008).

Es por lo anterior que a menudo los consumidores reflexivos se identifican con el consumo ético y promueven agendas políticas y ciudadanas de carácter reivindicativo (Clarke, Barnett y Cloke 2007). En este mismo sentido, Galindo y Marko (2006) definen el consumo responsable como

un consumismo político que busca involucrarse con el altruismo, el humanitarismo y compromisos ambientales. Estos aspectos inciden en las actitudes de compra basadas en una conciencia ecológica, en un componente afectivo (ecopostura) o en una actitud proactiva (Calomarde 2000) y colocan nuevamente la confianza como un aspecto muy importante al momento de elegir alimentos. Además de estas características, los consumidores reflexivos se identifican con grupos sociales que poseen un alto capital simbólico y cultural, lo que los vuelve afines a la demanda de formas alternativas de producción y a la denuncia de las grandes transnacionales que controlan el mercado alimentario mediante un posicionamiento político opuesto al sistema agroalimentario global (Alonso 2002; Nigh y González 2015).

En el caso de consumidores de productos orgánicos, los estudios revelan que entre las razones para comprar este tipo de alimentos se encuentran preocupaciones por la salud (Harper y Makatouni 2002), interés por el medio ambiente (Roitner-Shobesberger et al. 2008) o por el afán de que haya un proceso justo y ético con el productor (Eastmond 2005). De igual forma se ha documentado la construcción simbólica en torno a este tipo de alimentos al identificarlos con alguna localidad o región (Guidonet 2010), lo cual explica por qué los consumidores reflexivos se interesan por el vino específico de un país, el queso de una región, los huevos obtenidos de una granja familiar o las hortalizas de productores aledaños a las ciudades. En suma, el interés por esta clase de alimentos contribuye a la construcción ideal de un pasado en el que todo era natural y que marca una diferencia gustativa entre lo que se comía en el aquel tiempo y lo que hoy se ofrece como producto industrializado, que no posee sabor ni tradición a pesar de su apariencia impecable.

No obstante, más allá del aumento en el consumo responsable, el modelo industrializado o masificado sigue avanzando en el dominio de los consumidores, sobre todo entre los sectores vulnerables como los niños o grupos sociales pobres en distintos países, que por su condición económica tienen pocas posibilidades de elegir libremente sus alimentos y quedan supeditados a la oferta de corporaciones que gozan de privilegios por su ubicación geográfica y el poder de su infraestructura. Como advierten Nigh y González (2015), en México las cadenas transnacionales tipo Walmart se han consolidado al ofrecer precios relativamente bajos a los consumidores como resultado de un control de proveedores que entregan mercancías en consignación sin posibilidad de negociar un precio. Este esquema les permite ofrecer a bajo costo alimentos que provienen



de diversos lugares, que acusan pobreza de nutrientes y que de ese modo imponen condiciones de desventaja al pequeño productor.

### **Elección de alimentos entre mujeres chiapanecas**

En 2011 realizamos un grupo focal a un conjunto de mujeres en San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, con preguntas dirigidas a identificar sus prioridades, preferencias y aversiones en el momento de adquirir alimentos. Se eligió esta técnica de investigación cualitativa porque permite a las participantes expresar libremente su opinión. La recolección de información se llevó a cabo en un ambiente propicio y en consecuencia se generó discusión y libre intercambio de ideas. El grupo se conformó por 11 mujeres que estuvieron ligadas con las organizadoras por situaciones de vecindad en varios barrios de estrato socioeconómico medio.

La dinámica consistió en explicar el objetivo, la utilidad y el destino de los datos, la confidencialidad, justificando el registro de la discusión en audio y enfatizando la importancia de expresar abiertamente las opiniones. Se contó con la presencia de una moderadora que orientó y dinamizó la discusión y una asistente que tomó notas durante el desarrollo y participó retomando algunos de los comentarios; la duración total fue de aproximadamente dos horas.<sup>5</sup> Posteriormente se hizo el análisis a partir de la transcripción y las anotaciones obtenidas tomando en cuenta el contexto de la discusión y la relación con algunas variables sociales que determinan la relación con los alimentos.

Las características generales de las 11 mujeres que integraron el grupo son las siguientes: seis mujeres solteras y cinco casadas; 82 % del total son profesionistas y según sus edades se clasificaron en tres rangos: 27 % entre 20 y 30 años; 45 % entre 30 y 40 años, y 28 % de más de 40 años. Las composiciones domésticas son diferentes en cada conjunto: las mujeres solteras que corresponden al grupo de 20 y 30 años de edad viven solas porque están estudiando en la ciudad; sin embargo, es importante acotar que algunas tienen a sus familiares en lugares cercanos, por lo que a menudo sus madres intervienen en la adquisición de sus alimentos. De los

<sup>5</sup> El antecedente del grupo focal es la investigación doctoral de la autora: *Representaciones sociales de los alimentos orgánicos entre consumidores de Chiapas*. La realización del grupo focal se llevó a cabo en coordinación con la doctora Alma Amalia González, investigadora del Centro de Investigaciones Multidisciplinarias Sobre Chiapas y la Frontera Sur de la Universidad Nacional Autónoma de México.

otros dos grupos de edad, tres mujeres tienen familias de tipo nuclear, dos son de familias extensas y solo una vive únicamente con su pareja.

En todos los casos ellas mismas se encargan de las compras. La mayoría se inclina por provisiones frescas adquiridas en los mercados públicos, mientras que el resto de su despensa (diferentes tipos de carne, lácteos, procesados, artículos de limpieza) lo obtienen en supermercados. Todas coincidieron en que la cercanía es lo que determina el lugar de compra, por lo que es común que también recurran a establecimientos pequeños (tiendas de conveniencia) próximos a su vivienda o centro de trabajo.

El factor tiempo influye en el número de días que se dedican a este tipo de compras, en la cantidad de productos y el lugar donde se adquieren en cada ocasión. Por un lado, las mujeres que tienen familias nucleares y extensas tienden a acudir una vez por semana a los mercados públicos, mientras que las visitas al supermercado las realizan cada quincena o una vez al mes. Las más jóvenes y las de más de 40 años hacen compras diarias en diferentes lugares de venta, porque requieren menos alimento. Entre las jóvenes la compra y preparación de la comida se realiza en compañía de amigas que también viven solas. En estos casos la elección tiene que ver con la idea de no desperdiciar y ahorrar; esto también aplica para el caso de la mujer que vive únicamente con su pareja, tal como puede observarse en las opiniones siguientes.

Compro muy poco porque a veces no me da tiempo de hacer comida, también lo que hago es juntarme con otros amigos y preparar en conjunto para que se nos facilite y además también por lo económico, porque antes vivía con otras personas y me acostumbré a comer cierta cantidad para que nos alcanzara a varios, pero, como ahora estoy viviendo sola, de repente una vez sí compré mucho y ahora digo no, ya no, porque luego ¡no sé qué hacer con esto! [risas de las participantes], entonces mejor opto por comer con otros compañeros (mujer del grupo de edad de 20-30 años).

A veces no puedo comer en mi casa y con tres amigas vamos al mercado, compramos rábanos, pepino y otras cosas para complementar con un pedacito de carne, pero no mucho, y así hacemos una comida entre las tres y a veces ya nos queda hasta para la cena, pero procuramos que la comida sea así, diaria (mujer del grupo de edad de 20-30 años).

En mi casa ya solo somos mi esposo y yo, porque ya todos mis hijos viven fuera, así que diario voy al mercado, porque me queda cerca, a comprar mis verduritas para encontrar fresco (mujer del grupo de edad de más de 40 años).

Las mujeres que viven en familias nucleares o extensas eligen los lugares donde compran dependiendo de si acuden solas o acompañadas, esto es, que si van con alguien más, la decisión responde a razones de comodidad, tal y como lo expresan dos de ellas:

La mayoría de las veces cuando voy al mercado tengo que ir yo sola, porque ¡no puedo agarrar al niño, a la otra niña y luego todavía el mandado! Se me complica, pero, por ejemplo, si hacemos la despensa de alacena, específicamente si vamos todos, y la verdad, yo sí voy a distintos lugares a comprar ¿por qué? Por la cercanía, yo vendo cosas de catálogo y entonces si tengo una cita en cierto lugar compro por ahí o donde me quede más cerca y también considerando mis tiempos más que nada (mujer del grupo de edad de 30-40 años).

Mi mamá me apoya en hacer las compras entre semana pero el fin de semana vamos todos a acompañarla, casi siempre en centros comerciales, hacemos recorrido, y por último pasamos al mercado que nos queda cerca, por lo fresco (mujer del grupo de edad de 20-30 años).

En cuanto al criterio para elegir unos alimentos y no otros se observan tres aspectos asociados con puntos de apoyo que sirven para establecer acercamiento o distancia respecto de estos. El primero, que caracterizó a seis mujeres en la elección, corresponde al gusto, un detalle sensorial relacionado nuevamente con la composición del grupo doméstico y que no marca la preferencia en función del precio. Sobre este tema es necesario hacer notar que se presenta un constante cambio de preferencias en función del número de integrantes de cada familia.

Para las mujeres del rango de 20-30 y las de 30-40 años el argumento es que se trata de *dar gusto a la familia*, lo cual implica la preparación de más de un platillo. En el caso de las de 30-40 años se observa que a pesar de que provienen de familias en las que se elaboraba un solo platillo, ahora ellas se muestran más flexibles en cuanto a los gustos de los hijos, por lo que también acceden a elaborar más de uno e incorporar nuevos ingredientes en función del gusto de sus parejas. Esta situación no sucede con el grupo de mujeres de más de 40 años, que defienden la idea de preparar un solo platillo y elegir los alimentos en función de lo que ellas creen mejor para su familia. Las citas siguientes exponen los diferentes puntos de vista.

Mis hijos son de diferentes edades, la mayor tiene 20, otro de 15 y el más pequeño de 10 años. Entonces, si ellos me acompañan, cada quien sugiere qué es lo que quiere comer; entonces, a veces compro algo pero sé que al otro hijo no le gusta; lo que sí, es que elijo algo que les nutra, pero también muchas

veces nos vamos a lo económico, ver que no sea muy caro y de acuerdo a las posibilidades que uno tenga también es la elección (mujer del grupo de edad de 30-40 años).

Yo tengo dos niños, uno de 15 años y otro de cuatro años; entre ellos su alimentación es muy diferente. No sé de donde le salió el gusto, pero si vamos al mercado, el más pequeño elije las verduras que va a comer y bueno, eso nos ha ayudado a mejorar nuestra comida, porque antes yo no comía muchas verduras... lo otro es que vivimos con mis suegros, entonces al principio hacíamos varias comidas, pero después vimos que era un relajo para todos (mujer del grupo de edad de 30-40 años).

La elección tiene que ver con los gustos; yo soy vegetariana y prefiero todo lo que sea integral, limpio y sin químicos; entonces, mi mamá nos complace en ciertas cosas y también ella elige lo que quiere comprar, a menudo en función de que sea práctico; ella prefiere algo que esté lavado y embolsado, aunque no sea orgánico, pero que solo sea sacar, servir y listo [risas de las participantes] (mujer del grupo de edad de 30-40 años).

En mi casa, como ya todos somos adultos, no hay tanto problema de variación de comida, y como desde chiquitos, de bebés, se acostumbraron a ¡se come lo que se hace!, así que hasta ahorita los que tengo en mi casa se comen lo que se prepara [risas por parte de los participantes] (mujer del grupo de más de 40 años).

El segundo aspecto que determina la elección de los alimentos es la presencia de un familiar enfermo o algún antecedente de comidas que causaron alergias o algún padecimiento. De las mujeres que participaron en el grupo, 45 % escoge los alimentos en función de algún familiar enfermo, lo que generó en los últimos años cambios de hábitos en sus familias.

No comemos carne de puerco porque estuvimos enfermos y porque tiene mucha grasa, hay que cocerla muy bien para que no te den enfermedades, en fin, es más práctica la carne de res y hasta eso la consumimos solo una vez a la semana... Además, entre mis hijos algunos tienen alergias a los conservadores, entonces hay muchas cosas, como los embutidos, que hemos dejado de comer definitivamente (mujer del grupo de más de 40 años).

En mi casa se consumen mayormente verduras porque mi mamá viene de una familia que tienen diferentes enfermedades como diabetes y colesterol, entonces mi mamá tiene miedo de heredarnos esas enfermedades y por eso cuida mucho la alimentación (mujer del grupo de edad de 20-30 años).

Yo compro más frutas y verduras y como poca carne porque igual tuve un problema, hace dos años tuve muy alto el nivel de triglicéridos, entonces cambié mi alimentación (mujer del grupo de edad de 30-40 años).

Mi mamá solo tiene un riñón, entonces tiene que cuidarse más, anteriormente ella se hacía su comida y nos hacía otra comida a nosotros, pero como era muy pesado, ya se generalizó y comemos lo que ella come, entonces, ya no comemos sal, ni grasa, ni azúcar (mujer del grupo de edad de 20-30 años).

Nosotros vivimos con mis suegros y él tiene diabetes, entonces es otro tipo de alimentación y mi esposo últimamente tienen problemas de colesterol y triglicéridos, eso nos ha llevado a cambiar mucho la alimentación y ajustarnos todos a un tipo de patillo (mujer del grupo de edad de 30-40 años).

Es importante resaltar que la relación entre salud y enfermedad marca una tendencia a dejar de comer carne, sobre todo de res y puerco, e incrementar el consumo de vegetales y frutas; sin embargo, también se observa que hay una preocupación sobre la forma como estas se producen, tal como lo expresa una mujer del grupo entre 30 y 40 años de edad.

Mi mamá se hizo vegetariana porque le dio diabetes y estuvo acudiendo mucho con un vegetariano muy famoso en la Ciudad de México, pero recibía alimentos que la verdad eran muy caros para nuestra economía, dejó de ir con él pero siguió con ese tipo de alimentación y sí logró involucrarnos, pero llegó un momento en que me quería volver loca porque dije ¡bueno, es que todo tiene pesticidas o está sucio! ¿Qué voy a comer? (mujer del grupo de edad de 30-40 años).

Yo compro muchas verduras, pero es difícil comer sano porque a menos que usted las siembre sabrá que no se les puso nada de químicos y que no fueron regadas con agua sucia ¡solo así podría decir que es limpia y nutritiva! (mujer del grupo de más de 40 años).

El tercer aspecto: cómo se eligen alimentos, fue expresado por una de las asistentes al referirse a la apreciación de la ética en el consumo.

Intento evitar comprar lo más posible lo de las grandes multinacionales, las empresas que sé que tienen un funcionamiento para nada ético y eso para mí es importante: saber que los productos que compro no dañan a otra gente. Trato en lo posible de no comprar, aunque no en todo se puede evitar por falta de diversidad en el mercado de estos productos... En Bélgica compro lo que es de comercio justo y otras marcas que sabemos que a los productores

se les da un buen precio, pero acá en México no hay muchas tiendas especializadas y en los supermercados es más difícil encontrar esos productos... Lo que quiero decir es que en Europa es más fácil encontrar y consumir productos que provienen del comercio justo (mujer extranjera del grupo de edad de 30-40 años).

En cuanto a lo que se busca en un alimento, las mujeres evocaron diversas percepciones que se relacionan con la idea de «comprar buscando lo mejor». En ese sentido, las palabras que más se mencionaron fueron las siguientes: alimentos naturales, limpios, frescos, nutritivos, prácticos, higiénicos y sin químicos. En las intervenciones se observa interés por la búsqueda de alimentos que mejoren la salud. Se podría hablar entonces de un discurso medicalizado ligado a la elección de alimentos tal y como lo expresa una mujer del grupo de 30-40 años de edad.

En mi caso, pasó algo medio chistoso, porque muchas veces consumo los alimentos como para curarme cuando no estoy enferma de algo, por ejemplo, leí que la coliflor y el brócoli son anticancerígenos entonces voy y preparo eso [risas por parte de las participantes] o que el repollo te ayuda a ciertas cosas... A veces no es por gusto —que lo compro— pero, el gusto me lo da saber que me estoy comiendo algo que me va ayudar a no enfermarme; busco en el alimento una prevención a ciertas enfermedades (mujer del grupo de edad de 30-40 años).

La búsqueda de alimentos nutritivos responde también a la idea de estar sanas, procurar buenos hábitos y evitar conservadores porque generan desconfianza, principalmente en términos de alergias. De igual forma es importante destacar que a la mayoría de las mujeres les preocupa el tema del riego de hortalizas con aguas negras en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, sobre todo porque saben que estas se venden a nivel local en los mercados públicos y que es difícil saber cuáles son las hortalizas limpias.<sup>6</sup> Sobre este asunto algunas conocen productores que garantizan la venta de hortalizas regadas con agua limpia, por lo que suelen ir directamente al lugar de producción para adquirirlas; en ese sentido hay una búsqueda de alimentos producidos generalmente en la zona conurbada.

<sup>6</sup> Se calcula que en la zona conurbada hay un millar de productores distribuidos en 21 comunidades que se ubican alrededor del río Fogótico; se utiliza riego para 700 hectáreas con una producción de aproximadamente 7 500 toneladas al año de alimentos frescos que se comercializan en la región. El problema es que el agua de la cuenca está contaminada por drenajes y desechos industriales no óptimos para la actividad hortícola (Kauffer 2004).

En mi caso, desde que era pequeña mis papás buscaban darnos alimentos que no nos dañaran, mi papá nos traía leche de vaca o mi abuela criaba cerdos y pollos porque así ella sabía qué le daba al animal —como alimento— para que no nos hiciera daño, siempre trataban que los alimentos no tuvieran químicos que nos vayan dañando el cuerpo porque luego eso produce enfermedades (mujer del grupo de edad de 20-30 años).

En cuestión de verduras es difícil comer sano a menos que uno las produzca, porque las hortalizas que se producen en San Felipe o Pozo Colorado ¡las riegan con agua del drenaje! Y son verduras bonitas con hojas muy grandes, pero uno lo va a ver y ¡sí están regadas con agua sucia! (mujer del grupo de más de 40 años).

Las intervenciones relacionadas con la búsqueda de alimentos limpios orientaron la discusión al tema de la practicidad o no de los alimentos industrializados, específicamente los procesados y congelados, y si ellas veían en ellos una garantía de inocuidad. Sobre este tema, las respuestas fueron disímiles; la mayoría no se inclina por la compra de este tipo de alimentos por considerar que demeritan en aspectos organolépticos y que son malos para la salud, mientras que solo tres mujeres argumentaron a favor de este tipo de alimentos porque garantizan inocuidad y son prácticos para las mujeres que tienen poco tiempo.

Las verduras que vienen ya congeladas se supone que ya están tratadas, especialmente algunas de hecho ya están hasta desinfectadas o no utilizaron fertilizantes ni nada de estas cosas para poderlas producir, pero acá nosotros en el mercado tenemos que buscar, o sea, ir viendo que esté fresca, que tenga buena forma y, aunque parezca raro, olerlo para saber qué tan limpia o sanamente fueron cultivadas esas verduras, por eso es que a veces en mi casa sí consumimos las verduras congeladas y la ventaja es que las sacas y en cinco minutos ¡ya están listas!, como algunas ya están precocidas, rápido prepara uno los alimentos y se acompaña cualquier comida (mujer del grupo de edad de 30-40 años).

En mi caso, busco alimentos que les gusten a mis hijos, que sean nutritivos y económicos, pero también prácticos, porque para las mujeres que trabajamos tenemos esa desventaja, no podemos cocinar diario (mujer del grupo de edad de 30-40 años).

Referente a lo que decía ella sobre los vegetales congelados, para mí no está fresco, tengo la idea de que con la abuela y la mamá todo era fresco. Entonces creo que lo congelado no tiene los mismos nutrientes, pero también es cierto

lo que dices, tienen un cierto control de calidad, pero... ya trae uno esa mentalidad de no consumirlo (mujer del grupo de edad de 30-40 años).

Creo que muchas enfermedades se han generado por esos alimentos —industrializados—, y claro que facilitan mucho la vida. Para las mujeres que trabajan y no tienen ayuda en casa es fácil: abrir, meter al microondas y listo. Pero yo sí creo que causan enfermedades a la larga, yo tengo un horno de microondas y solo me sirve de adorno [risas de las participantes], porque casi nunca lo uso (mujer del grupo de más de 40 años).

Siguiendo esta línea, las mujeres se mostraron más receptivas a la idea de congelar únicamente como opción de conservación para alimentos que fueron preparados en casa. Solo en este sentido la mayoría se inclinó por aprovechar ofertas y preparar salsas o algún platillo para congelarlo y comerlo después.

Yo voy los miércoles —día de ofertas— al supermercado y si está barato el tomate, compro bastante y lo preparo en salsa, una con chile, otra sin chile, otra nada más sazonada para sopas, y sale bien para usar en otra ocasión, queda congelado... así ya solo voy al mercado a comprar lo fresco (mujer del grupo de más de 40 años).

De igual manera, nosotros con varias frutas y verduras de temporada congelamos por ejemplo los limones que en diciembre y enero escasean y suben los precios; lo que hacemos es que compramos antes de que se agoten, exprimimos los limones y lo congelamos en recipientes o en bolsitas y los vamos sacando y lo que sí hacemos es la conserva de los tomates y aparte de que nos ahorra tiempo y no tenemos que estar preparado en ese momento, acabamos más rápido de preparar la comida porque solo sacamos los botecitos del tomate con la especie, ya preparado, y nos puede durar hasta tres meses, dependiendo también de qué tan bien lo sellemos a la hora de envasarlo y sí nos ayuda mucho (mujer del grupo de edad de 30-40 años).

## Discusión y conclusiones

Las preocupaciones contemporáneas con respecto a la alimentación marcan la transición del qué comer al qué estamos comiendo (Fischler 1995; Poulain 2002; Contreras y Gracia 2005); esto es, que los aspectos macrosociales que definen la realidad del alimento contemporáneo son al mismo tiempo las causas del surgimiento de los consumidores reflexivos.



En ese sentido, el modelo dominante de producción de alimentos tiene impactos en el consumo, lo que ha generado cambios en las percepciones de los consumidores al integrar valores que orientan hacia otro tipo de comportamientos basados en diversos puntos de apoyo que permiten cambios en la relación consumo-confianza al momento de elegir alimentos.

En el caso del grupo focal, este cambio de percepción tiende a ser gradual porque responde a una preocupación en torno a la salud, lo que genera un cambio en el tipo de alimentos que se adquieren para la preparación de las viandas y posteriormente un cuestionamiento a las formas de producción industrializada, de lo cual se originan preferencias por lo limpio, nutritivo, la compra ética y lo biológico u orgánico.

En gran medida la elección de alimentos entre las mujeres que conformaron el grupo focal depende del gusto, valiéndose de puntos de apoyo que corresponden a lo que Lamine (2003) llama lo sensorial; pero también utilizan puntos de apoyo codificados (Guidonet 2010), como el precio, y en general el factor tiempo que condiciona la elección. Otra característica es que gozan de cierta condición socioeconómica y cultural, lo cual las lleva a ser conscientes de que pueden elegir sus alimentos y de que el gusto es algo que proviene de sus opciones y preferencias.

De igual forma, las conductas en la elección de sus alimentos se transmiten en el contexto de la familia, la cual funciona como una institución de socialización básica alrededor de la preferencia por cierto tipo de alimentos. En estos casos las mujeres reproducen las prácticas alimentarias cuando expresan que ellas dan de comer a sus hijos como ellas aprendieron, pero también agregan otras asociadas con el gusto, e integran nuevos alimentos ante la presencia de enfermedades; en ese sentido, el gusto es una expresión de la interiorización de la información cultural en relación con los alimentos (Fischler 1995).

Sobre este asunto es interesante hacer notar cómo una mujer expresa su necesidad de salud en un régimen vegetariano mientras que las demás argumentan en función de lo nutritivo. De igual modo, la búsqueda de alimentos de comercio justo que encaminan a la compra ética representa un punto de apoyo en el que la confianza se deposita en grupos de productores que participan en formas alternativas de comercialización.

Ahora bien, cuando las mujeres relacionan su búsqueda con lo limpio o higiénico están expresando un riesgo asociado con los espacios en los que se compran los alimentos y el uso de aguas negras para el riego de hortalizas en la región, tema que tiene un alcance público. Con respecto a los alimentos industrializados/procesados, la aceptación no alcanza consenso

porque no corresponde con los puntos de apoyo sensoriales, esto es, que la mayoría de las mujeres no admiten este tipo de alimentos —preparados y listos para comer— porque no pueden ser modificados en términos gustativos, de ahí que la idea del alimento preparado en casa y después congelado goce de mayor aceptación.

Respecto a la aversión durante las participaciones se aprecia que esta tiene su origen en las preocupaciones en torno a la salud y la presencia de alguna enfermedad en algún miembro de la familia, lo que refleja una exposición al riesgo que se resuelve en el ámbito doméstico. De igual forma, de acuerdo con Entrena (2008), dicha estrategia podría estar indicando que, ante la falta de información sobre las formas de producción, los consumidores depositan su confianza en expertos en nutrición y salud.

Como se ha mencionado, a diferencia de otras esferas, el riesgo con respecto al consumo alimentario se expresa de forma clara en el ámbito público, lo cual sitúa al consumidor en posibilidad de realizar una acción penalizadora de la mundialización alimentaria (Guidonet 2010) al posicionar lo local como una forma de entender el consumo a partir del nuevo papel que los consumidores reflexivos ejercen desde un cambio en la relación mercancía-sujeto, entendiendo esta como el derecho que todos tenemos de obtener información (Alonso 2002) y a partir de ella hacer nuestras propias elecciones.

En este contexto se trata de aprovechar la coyuntura en torno a las preocupaciones por la salud y de esa forma retomar las riendas de nuestra alimentación. El surgimiento de consumidores reflexivos y la promoción de acciones permitirán generar cambios graduales en la oferta y la demanda de alimentos sanos, ya sean producidos con técnicas orgánicas, agroecológicas y/o de producción local.

En suma, se trata de comprender que la búsqueda de alimentos producidos bajo una lógica no industrializada permite a los consumidores satisfacer necesidades subjetivas y al mismo tiempo mejorar las condiciones ambientales y revalorar el trabajo de los productores que a diferentes escalas ofrecen alimentos diversos que permiten la continuidad y en algunos casos el rescate de culturas alimentarias bajo la premisa de generar bienestar para otros seres humanos, un digno objetivo al cual sumarse.

## Bibliografía

ALONSO, LUIS

2001 *Trabajo y posmodernidad el empleo débil*, Madrid, Fundamentos.

2002 «¿Un nuevo consumidor?», *Ábaco, Revista de Cultura y Ciencias Sociales*, 31, pp. 1-8.

BECK, ULRICH

2008 *La sociedad del riesgo mundial. En busca de la seguridad perdida*, Barcelona, Paidós.

BOSTRÖM, M. Y M. KLINTMAN

2009 «The green political food consumer», *Anthropology of food*, en <<http://aof.revues.org/6394>>.

CALLEJO, J.

2001 «Crisis de la encefalopatía espongiforme: huecos en el modelo social de consumo», *Estudios sobre consumo*, 58, pp. 47-61.

CALOMARDE, JOSÉ

2000 *Marketing ecológico*, Madrid, Ediciones Pirámide.

CLARKE, N., C. BARNETT Y P. CLOKE

2007 «Globalising the consumer: Doing politics in an ethical register», *Political Geography*, 26(3), pp. 231-49.

CONTRERAS, J.

2002 «Los aspectos culturales en el consumo de carne», en Mabel Gracia (coord.), *Somos lo que comemos estudios de alimentación y cultura en España*, Barcelona, Ariel, pp. 221-248.

CONTRERAS, J. Y M. GRACIA

2005 *Alimentación y cultura, perspectivas antropológicas*, Barcelona, Ariel.

DEVICICH, D., I. PEDERSEN Y P. KEITH

2007 «You eat what you are: modern health worries and the acceptance of natural and synthetic additives in functional foods», *Appetite*, 48(3), pp. 333-337.

DÍAZ, C. Y B. GÓMEZ

2001 «Del consumo alimentario a la sociología de la alimentación», *Distribución y Consumo*, 11(60), pp. 5-24.

DOUGLAS, M. Y A. WILDAVSKY

1983 *Risk and culture*, California, University of California Press.

EASTMOND, A.

- 2005 «Racionalidad e irracionalidad en las percepciones europeas de los alimentos genéticamente modificados: una perspectiva desde las ciencias sociales», en I. Vizcarra y B. Marañón (coords.), *Acciones sociales públicas y privadas contra la pobreza*, México, Praxis, pp. 259-268.

ENTRENA, FRANCISCO

- 2008 «Globalización, identidad social y hábitos alimentarios», *Ciencias Sociales*, 1(119), pp. 27-38.

FISCHLER, CLAUDE

- 1995 *El (h) omnívoro. El gusto, la cocina y el cuerpo*, Barcelona, Anagrama.  
 1998 «Raison et deraison dans la perception des risques alimentaires», *Cahiers de Nutrition et Diététique*, vol. 33, pp. 297-300.

GALINDO, P. Y R. MARKO (COORDS.)

- 2006 *Agroecología y consumo responsable. Teoría y práctica*, Madrid, Kehaceres.

GIDDENS, A.

- 1995 *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*, Barcelona, Península.

GUIDONET, ALICIA

- 2010 *¿Miedo a comer? Crisis alimentaria en contextos de abundancia*, Barcelona, Icaria.

HARPER, C. Y A. MAKATOUNI

- 2002 «Consumer perception of organic food production and farm animal welfare», *British Food Journal*, 104(3/4/5), pp. 287-299.

KAUFFER, E. Y A. GARCÍA

- 2004 «Aguas sucias para trabajar, agua limpia para tomar: transformaciones en torno al agua en comunidades tzotziles de los Altos de Chiapas, México», en F. Peña (coord.), *Los pueblos indígenas y el agua: desafíos del siglo XIX*, México, El Colegio de San Luis/Semarnat/IMTA, pp. 109-138.

LAMINE, C.

- 2003 *La construction des pratiques alimentaires face a des incertitudes multi-formes, entre délégation et modulation: le cas des mangeurs Bio intermittents*, tesis de sociología, L'École des hautes études en sciences sociales (EHESS), Marsella.

- LOBB, E., M. MAZZOCHI Y B. TRAILL  
2006 «Risk perception and chicken consumption in the avian flu age. A consumer behavior study on food safety information», *American Agricultural Economics Annual Meeting*, Selected Paper, Long Beach California, julio, pp. 23-26.
- LUPTON, DEBORAH  
2000 «Food, risk and subjectivity», en S. Williams, J. Gabe y M. Calnan (eds.), *Health, Medicine and Society, Key Theories, Future Agendas*, Londres, Routledge.
- MAZZOCHI, M., E. LOBB Y B. TRAILL  
2008 «Food scares and trust: a European study», *Journal of Agricultural Economics*, 59(1), pp. 2-24.
- MILLÁN, AMADO  
2000 «Cultures alimentàries y globalització», *Revista de etnologia de Catalunya*, 17, pp. 72-81.
- NIGH, RONALD Y GONZÁLEZ CABAÑAS ALMA AMALIA  
2015 «Reflexive Consumer Markets as Opportunities for New Peasant Farmers in Mexico and France: Constructing Food Sovereignty through Alternative Food Networks», *Agroecology and Sustainable Food Systems*, 39(3), pp. 317-341, DOI: 10.1080/21683565.2014.973545.
- PENNINGS, M., B. WANSINK Y T. MEULENBERG  
2002 «A note on modeling consumer reactions to a crisis: The case of the mad cow disease», *International Journal of Research in Marketing*, 19, pp. 91-100.
- PERETTI, P.  
2001 *La société du risque*, París, La Decouverte.
- POULAIN, J.  
2002 *Sociologies de l'alimentation*, París, P.U.F.
- RAVETZ, J.  
2002 «Food safety, quality and ethics a post normal perspective», *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 15, pp. 255-265.
- ROBERTS, PAUL  
2009 *El hambre que viene. La crisis alimentaria y sus consecuencias*, Barcelona, Ediciones B.

- ROITNER-SHOBESBERGER, B., I. DARNHOFER, S. SOMSOOK Y C. VOGL  
2008 «Consumer perceptions of organic foods in Bangkok, Thailand», *Food Policy*, 33(2), pp.112-121.
- SCHROEDER, T., G. TONSOR Y J. PENNINGS  
2007 «Consumer food safety risk perceptions and attitudes. Impacts on beef consumption across countries», *The Journal of Economic Analysis and Policy*, 7(65).
- SETBON, M., J. RAUDE Y C. FISCHLER  
2005 «Risk perception of the mad cow disease in France: determinants and consequences», *Risk Analysis*, 25, pp.813-826.
- SYLVANDER, B. Y I. MELET  
1994 *La qualité spécifique en agro-alimentaire: marchés, institutions et auteurs*, Toulouse, INRA-ESR, pp. 94-101.
- WEATHERELL, C., A. TREGEAR Y A. JOHANNE  
2003 «In search of the concerned consumer: Uk Public perceptions of food, farming and buying local», *Journal of Rural Studies*, 19, pp. 233-244.
- WOLFE, W. Y E. FRONGILLO  
2001 «Building household food security measurements tools from the ground up», *Food and Nutrition Bulletin*, 22(1), The United Nations University.



# Circuitos cortos de comercialización en Jalisco, avances y retos

Norma Helen Juárez<sup>1</sup>  
Pedro Figueroa Bautista<sup>2</sup>  
Erika Jiménez<sup>3</sup>  
Víctor Flores<sup>4</sup>  
Lizet Sevilla<sup>5</sup>  
Alejandro Macías<sup>6</sup>

## Un giro hacia el pequeño agricultor

Alrededor del mundo los movimientos de comercio justo son señales de un cambio en las relaciones sociales y ecológicas destructivas características del sistema global de alimentación (Raynolds 2000). El creciente interés por la producción y el consumo de alimentos orgánicos se ve reflejado en las 90 600 111 millones de hectáreas certificadas actualmente en el mundo para la agricultura orgánica (Willer y Lernoud 2017). Las regiones con mayor superficie para la producción de alimentos orgánicos son: Europa con 30 403 371 ha, seguido de Oceanía (22 839 278 ha), África (13 626 947) y América Latina (10 979 906) (Willer y Lernoud 2017). Por otra parte, a nivel mundial encontramos que la cantidad de productores se incrementa año con año. Los últimos datos nos dicen que para 2017 se

<sup>1</sup> Universidad de Guadalajara.

<sup>2</sup> Universidad de Guadalajara.

<sup>3</sup> Cooperativa de Consumo Responsable Milpa.

<sup>4</sup> Feria de Productores.

<sup>5</sup> Universidad de Guadalajara.

<sup>6</sup> Universidad de Guadalajara.



tenía un registro de 2.4 millones de productores alrededor del mundo. De estos, la mayoría se ubican en Asia, seguidos de África y Latinoamérica. Asimismo, se sabe que los países con la mayor cantidad de productores son India (585 000), Etiopía (203 602) y México (200 039) (Willer y Lernoud 2017).

No obstante, la agricultura de exportación no es el único modelo emergente para despertar el interés del pequeño agricultor por generar y comercializar productos orgánicos. Se debe enfatizar en que a la par de la agricultura orgánica certificada para la exportación se hallan sistemas agrícolas tradicionales que pueden considerarse dentro de lo que Rist et al. (2000) describen como *systems of hidden organic food production*. Estos sistemas se caracterizan por conservar formas tradicionales de vida propia de los distintos grupos campesinos e indígenas que se asientan a lo largo del mundo. El estudio realizado por Gebreselasie y Ludi (2008) sobre los productores de café en Etiopía ilustra la forma en que, pese a las exigencias del mercado del café, estos mantienen formas diversificadas de producción como estrategia de seguridad alimentaria y también como una forma de evitar los riesgos a largo plazo de la producción especializada.

### La agricultura orgánica en México

En México, la disminución de recursos destinados al sector agrícola es un problema que afecta al sector agropecuario en general (Berlanga 2009). Sin embargo y pese a ello, a nivel internacional México figura entre los países del mundo con mayor número de productores orgánicos (Lernoud y Willer 2017). Este sector ha mostrado un crecimiento progresivo y sostenido durante los últimos años. Al respecto, de acuerdo con los datos disponibles, en 1996 se tenía un registro de 13 176 productores orgánicos certificados con una superficie de 23 265 ha. Para 2007 se contaron 125 031 productores y la superficie aumentó a 372 644 ha. En 2016 el volumen de hectáreas ascendió a 584 093 y el de productores se incrementó a 200 039 (Willer y Lernoud 2017). Estas cifras reflejan un gran dinamismo de la producción de alimentos orgánicos que responde a las demandas del mercado global. Desafortunadamente, 85 % de la producción nacional total de alimentos orgánicos se destina principalmente al mercado de exportación (Gómez 2004). Este dato es aún más decepcionante si se toma en cuenta que desde la década de 1970 México ha venido importando una creciente

cantidad de pesticidas<sup>7</sup> que contaminan nuestros alimentos, mientras que los alimentos orgánicos limpios y sanos se envían a los países que distribuyen tales insumos tóxicos (Cortés 2000).

Diversos autores han señalado que si bien esta producción de orgánicos para el mercado de exportación es una estrategia económica, ya que los alimentos adquieren un sobreprecio, de forma paralela este tipo de mercado ha despertado el interés de un creciente sector de pequeños productores no certificados. Estos encuentran en la agricultura orgánica una alternativa productiva y económica a nivel local y regional (Juárez 2010; Gerritsen y Morales 2007; Escalona 2009). De igual manera invierten su fuerza de trabajo para compensar la total o paulatina disminución de insumos externos.

El potencial de este sector agrícola para cubrir las necesidades alimentarias propias y de los consumidores cercanos es un tema poco abordado en Jalisco. Sin embargo, la agricultura de pequeña escala se ha dinamizado de manera importante desde finales del año 2000 y ha mostrado su potencial, pero también se han detectado áreas en su desarrollo que requieren más trabajo para fortalecer de manera sostenida este sector. En seguida ofrecemos un recuento de la forma en que surge y se ha venido desarrollando la pequeña agricultura enfocada a los mercados locales y el comercio directo al consumidor en la zona metropolitana de Guadalajara y en otras regiones del estado.

## **Producción y comercio local: experiencias pioneras en Jalisco**

### *El tianguis del círculo de producción y consumo responsable*

El interés por el consumo de productos alternativos inicia en el corazón de la zona metropolitana de Guadalajara durante la década de 1990. Cortés (2000) señala que el florecimiento de la Comunidad Ecologista de Occidente comienza entre los años 1980 y 1990 con el surgimiento de la Red Jalisciense de Educadores Ambientales y otros frentes ciudadanos e institucionales enfocados a la conservación del medio ambiente. Durante estas décadas, organizaciones civiles como el Colectivo Ecologista Jalisco

<sup>7</sup>De acuerdo con la Asociación Nacional de la Industria Química, en 2008 se importaron 2 734 000 de toneladas de agroquímicos y fertilizantes, mientras que en 2014 se importaron 3 652 000 (ANIQ 2013; 2015). Esto indica que durante los últimos años el consumo de agroquímicos y fertilizantes se ha incrementado de manera sostenida en 25 %.

(CEJ) jugaban un papel fundamental para denunciar y señalar diversas prácticas y acciones gubernamentales que atentaban contra el medio ambiente y la salud de las personas. De igual manera, en las filas de esta organización había personas preocupadas por el incremento de síntomas y enfermedades crónicas originadas por diversas sustancias tóxicas de uso cotidiano tanto en el ámbito laboral como en el hogar.

La tarea de informar a las personas para evitar riesgos de intoxicación por parte de los miembros del CEJ fue una labor iniciada en 1991. En aquel tiempo no había un acceso fácil a alimentos orgánicos o productos de higiene y limpieza libres de elementos tóxicos. Esto generaba cierta frustración entre las personas informadas que deseaban un cambio importante en sus vidas (Cortés 2000).

Con este antecedente, en agosto de 1996 se establecen vínculos con un grupo de obreros de los municipios de El Salto y Juanacatlán, quienes fueron contactados en un taller sobre Tóxicos en los lugares de trabajo. Estos obreros tenían tierras y hacían agricultura en su tiempo libre. A juicio de Cortés, esto implicaba un doble contacto con sustancias tóxicas o una «doble vía de exposición laboral: la fábrica y la parcela».<sup>8</sup> Estos obreros, si bien no podían cambiar los riesgos en sus ámbitos laborales, se manifestaron interesados en recibir capacitación para emprender una agricultura alternativa.

A partir de este grupo de obreros-agricultores se fue gestando un optimismo en torno a la posibilidad de establecer un canal de comercio local. Con este propósito, el CEJ fundó la Ecotienda en noviembre de 1996. Las principales motivaciones para impulsar una alternativa para la comercialización de alimentos orgánicos se vinculan, de acuerdo con Cortés (2000), con por lo menos cinco preocupaciones: 1) México importa veneno y exporta orgánicos. Según la autora, desde 1970 «México importa plaguicidas y sus habitantes tienen acceso solo a alimentos envenenados mientras que los alimentos orgánicos, limpios y sanos se envían a los mismos países que nos mandaron los insumos tóxicos» (Cortés 2000:54). Un segundo elemento fue la certeza sobre 2) la necesidad de construir al mismo tiempo el consumo y la producción. Según la misma autora, «Al reto de impulsar la producción orgánica en el campo se unió el reto de construir el mercado local (y nacional) y el reto de informar a los consumidores sobre la residualidad tóxica de su comida» y «explicarles el envenenamiento de los campesinos y jornaleros, enfatizando la pobreza estructural del campo, en

<sup>8</sup> Comunicación personal.

el contexto de la liberalización del comercio mundial» (Cortés 2000:56). Otro elemento fue tener la certeza de que 3) se requieren estrategias de educación e información para promover la agricultura orgánica y el consumo responsable. En cuarto lugar, se considera que 4) es necesario generar solidaridad de los habitantes de la ciudad con los del campo. El objetivo de estas visitas era que los consumidores, en general ajenos por completo a las dinámicas productivas del campo, vivieran una experiencia cercana al entorno y al trabajo de los agricultores. Finalmente, siguiendo a Cortés, se señala que 5) el consumo responsable se debe considerar «como un acto de consumo juicioso del valor relativo al impacto social, económico, cultural y ambiental» (Cortés 2000:60). El consumo responsable es un proceso permanente que exige el ejercicio de redimensionarnos como seres vivos.

Bajo estas premisas se establecieron distintas estrategias para informar a los consumidores sobre los riesgos del uso cotidiano de productos y alimentos con residuos tóxicos, pero también se generaron dinámicas en las cuales las personas pudieran ser parte de la generación de alternativas. Las visitas a parcelas, los recorridos en zonas de contingencia ambiental como es el corredor industrial de los municipios de El Salto y Juanacatlán, entre otras actividades, conformaron una estrategia de educación ambiental que buscaba abarcar diversas temáticas concernientes tanto a lo rural como a lo urbano. Destacan entre estas actividades el primer taller sobre azoteas verdes en 1997 (Cortés 2000).

En esta etapa de formación de consumidores, Cortés señala que si bien el público participante en estas actividades era muy diverso, predominaba un profundo desconocimiento en torno a la exposición cotidiana a diversas sustancias dañinas para la salud. En aquel momento era difícil ofrecer a los asistentes alternativas accesibles, lo que a decir de la autora «nos dejaba a todos un cierto margen de frustración» (Cortés 2000:72). La Ecotienda funcionó entonces como una respuesta para el consumo alternativo.

En 1988, por iniciativa de productores, consumidores y miembros del CEJ, se inició el tianguis semanal del Círculo de Producción y Consumo Responsable (CPCR). Por algunos años estos dos proyectos se reforzaron el uno al otro y fueron reconocidos como espacios en los que se podía acceder a productos locales y de pequeños productores de otros estados. Al ser esta una de las iniciativas de comercialización productor-consumidor más antiguas del país, en 2004 el proyecto del Círculo, junto con otros tres tianguis nacionales: Tianguis Orgánico de Chapingo, el Mercado

Ecológico Ocelotl en Oaxaca y el Mercado del Pochote en Veracruz, fundaron la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos (REDAC).<sup>9</sup> A partir de este año el tianguis se une a la Ecotienda para ofrecer semanalmente sus productos en un pequeño patio.

Se han realizado diversas investigaciones en colaboración con los productores del Círculo y sus consumidores con el interés primordial de conocer el surgimiento del tianguis en comparación con otros proyectos de comercialización (González 2011); determinar la procedencia de los alimentos y la manera en que los consumidores se vinculan con sus productores (Juárez 2010); y entender con mayor detalle las preferencias de consumo, inquietudes e intereses de los consumidores. Entre los resultados destaca el hecho de que buena parte de los consumidores consideran que los productos que se comercializan en este espacio son «caros» y que no hay mucha variedad (Pérez 2010). Pero también cabe mencionar que hay otro tipo de consumidores, los más antiguos y con mayor vínculo con los productores, cuyo compromiso va mucho más allá de un acto de consumo, ya que forma parte de su proyecto de vida (Juárez 2014). Es decir, su preferencia por estos productos trasciende las cualidades nutritivas y los criterios generales de calidad. Se trata de lo que algunos autores llaman «consumidores reflexivos»: aquellos que aun teniendo sus necesidades básicas cubiertas aspiran a una mayor satisfacción en términos de salud, solidaridad con la gente del campo y de colaboración con la sustentabilidad rural, el bienestar de los animales, la conservación de la biodiversidad y la soberanía alimentaria. Su asiduidad implica una postura política que busca resignificar las dinámicas territoriales locales y la resistencia frente al sistema alimentario global (Nigh y González 2015).

### *Un frente campesino: la Red de Alternativas Agropecuarias Sustentables*

Al sur de Jalisco, el surgimiento de la Red de Alternativas Agropecuarias Sustentables (RASA) en 1999 fue un avance en la generación de un frente campesino dirigido a la producción de alimentos para el autoconsumo y posteriormente para la venta local. Gracias a su nexos con el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), desde principios de 2000, la RASA buscó distintas estrategias para organizar consumidores y generar la demanda de productos orgánicos, que ya estaban disponibles por parte de algunos pequeños productores integrantes de esta red.

<sup>9</sup> <<http://tianguisorganicos.org.mx/>>.

En esa década se exploraron diversas estrategias para apoyar a los productores en su afán de encontrar canales de comercialización tanto dentro del ITESO como fuera. En 2004 se impulsó una tienda en las instalaciones de la Unidad de Apoyo a Comunidades Indígenas (UACI), en la zona central de Guadalajara; sin embargo, el volumen de venta no fue el esperado y los gastos de traslado resultaron muy altos.

De 2005 a 2007, con el apoyo del ITESO se abrió Escarda, una pequeña tienda en el campus de esta institución. Con este punto de venta fijo se buscó dar salida a diversos productos de los miembros de esta red; pero Escarda cerró sus puertas y hubo que buscar otras opciones. Entre las estrategias más socorridas destaca la organización de tianguis en encuentros campesinos y, sobre todo, la venta de productos por canastas, las cuales se ofrecen a profesores y estudiantes del ITESO y al público en general. Los consumidores que hacen sus pedidos aceptan el precio que solicita el agricultor y los recogen en el día y el lugar acordados.

Otra iniciativa con la que se articularon algunos productores de RASA y de otras iniciativas fue Garden kamp, tienda inaugurada en 2005 en la que se trató de involucrar a productores de localidades como La Barca y Juanacatlán. Pero el proyecto se topó con el hecho de que hasta ese momento la mayoría de los productores no contaban con una estrategia diversificada; es decir, entre algunos de ellos aún predominaba la costumbre de sembrar un solo cultivo y querer venderlo todo en un mismo momento. Por otra parte, había poca variedad en la oferta y una presentación inadecuada o poco llamativa a los ojos del consumidor. A esto se sumaron los problemas de logística y traslado de los alimentos. Estas fueron algunas de las circunstancias que finalmente llevaron a que la tienda no contara con una buena oferta de productos y, por tanto, no se lograra la constancia de los consumidores que si bien aceptaban pagar un sobreprecio por los productos, no encontraban los necesarios para diversificar su alimentación. Al no lograr una estabilidad en el abasto se llegó al cierre definitivo del establecimiento.

### *Inicio de la agricultura urbana y el comercio en espacios públicos*

Una vez iniciado el nuevo siglo, algunas organizaciones civiles y universidades comenzaron a difundir los principios y técnicas de una agricultura urbana. En esta labor destacan las ya mencionadas actividades de promoción de una agricultura orgánica del CEJ y las acciones de vinculación de

profesores del ITESO, que desde 1997 promovían la creación de huertos urbanos en colonias marginales de la zona metropolitana de Guadalajara. Después del 2000, en esta misma institución se instaló un huerto escuela.

En este espacio se realizaron talleres de formación en agricultura urbana, algunos con el propósito de brindar apoyo a instituciones que buscaban activar huertos urbanos. Tal es el caso del huerto de la licenciatura en Nutrición de la Universidad de Guadalajara y huertos comunitarios en colonias apoyadas por organizaciones civiles como la de Comunidad Crece. El ejercicio de la escuela de ITESO y los talleres efectuados en este espacio fueron un antecedente importante en el despertar de una agricultura urbana y periurbana. De aquí se formularon iniciativas que posteriormente, al consolidarse, se convirtieron en huertos para producción de autoconsumo y algunos con el tiempo se profesionalizaron al enfocarse en la comercialización de alimentos orgánicos.

Después se fueron abriendo nuevos espacios de producción y capacitación en agricultura urbana en la misma zona metropolitana jalisciense. Uno de los más importantes se inició en las colonias Lomas del Paraíso y Seattle. Ahí se abrieron huertos urbanos por parte de la agrupación Edén Orgánico, conformada por un grupo de mujeres que desde 2005 son reconocidas como la primera organización de agricultoras urbanas de esa zona. Estas mujeres comenzaron a producir para el autoconsumo, al mismo tiempo que impartían talleres de agricultura urbana. Con el tiempo, su experiencia en hortalizas las llevó a generar algunos excedentes. Sin embargo, al igual que otros pequeños productores urbanos y periurbanos, carecían de un espacio para vender sus productos y excedentes.

Resulta de interés remarcar que el tianguis del CPR y la Ecotienda se han mantenido constantes desde 2004 como sitios de comercialización. Sin embargo, el primero se ubica en un espacio muy limitado. Frente al interés de generar nuevas áreas para la venta de productos locales hubo respuesta de algunos funcionarios de la Secretaría de Medioambiente y Desarrollo Sustentable (SEMADES) que apoyaron a este grupo de agricultores y les permitieron ocupar durante algunos meses la explanada de las oficinas de dicha dependencia. Posteriormente se gestionaría un nuevo punto de venta a un costado del que fuera Convento del Carmen (en el Centro de Guadalajara). De este modo se dio inicio al proyecto de comercialización Eco-tianguis,<sup>10</sup> el cual, por su historia, también llegó a ser conocido como el tianguis de la SEMADES. Esta iniciativa permitió dar a

<sup>10</sup> Para conocer esta iniciativa véase <<https://es-la.facebook.com/Eco-tianguis-Ex-Convento-1483326868549571/>>.

conocer los productos de diversas agrupaciones, entre estas la de mujeres del Edén Orgánico, las de integrantes de RASA y otros pequeños productores urbanos y periurbanos que se iniciaban en la comercialización de productos tanto frescos como procesados.

El Eco-tianguis ocupó un espacio favorecido por dos motivos: 1) está ubicado sobre la Avenida Juárez, una de las vías más importantes de la zona central de la ciudad y 2) se instala los domingos por la mañana. Coincide entonces en horario y en el área en que se pone en práctica la iniciativa ciudadana denominada Vía recreativa, que consiste en cerrar de 8:00 a 14:00 horas algunas vialidades al paso de automóviles para que puedan transitar libremente aquellos ciudadanos que gustan de patinar, rodar en bicicleta o simplemente caminar. La coincidencia propició un rápido acercamiento entre consumidores y productores.

Estos consumidores tenían rasgos muy diferentes a los involucrados en las primeras iniciativas de comercialización. Gracias a su ubicación, a este tianguis llegaban todo tipo de personas, desde quienes iban de paso y se acercaban por curiosidad hasta las personas a quienes «de boca en boca» les llegaba la noticia de un «nuevo» mercado de productos orgánicos. Al mismo tiempo funcionó como un espacio de formación para nuevos consumidores, ya que muchos de los ahí presentes no tenían información sobre las cualidades de los productos orgánicos, artesanales y convencionales y sus diferencias.

En el mediano plazo este tianguis se fue consolidando e independizando de las autoridades que colaboraron con su formación, y definiendo su propia estructura organizativa y de gestión. El creciente número de productores interesados en incorporarse a este espacio de comercialización y las diferentes posturas de los integrantes del tianguis provocaron que después de 2011 surgieran aceleradamente otras iniciativas de mercados de productores, que se fueron colocando en distintos camellones y en centros comerciales.

Cabe mencionar, entre las diversas posturas que rompieron con el interés de comercializar en iniciativas de tianguis, la de algunos agricultores de la RASA para quienes la dinámica de estos nuevos espacios de comercialización no ofrecía a los consumidores una certeza con respecto al origen de los productos ahí incluidos. Por tanto, exploraron otras opciones. En 2011 se conformó La Yunta, una agrupación de pequeños productores agroecológicos miembros de la RASA de los municipios de Chiquilistlán, Tlachchilco, Santa Cruz, Juchitlán, Jocotepec y Nayarit que recibió apoyo



y capacitación para la comercialización y el procesamiento de sus productos y la difusión de ecotecnias.

En un esfuerzo por conservar el trato directo con el consumidor, La Yunta ofreció canastas personalizadas que podían ser solicitadas a partir de una lista de productos que llegaba vía correo electrónico. El pedido se hacía mediante una llamada al productor y coordinador de las canastas. La entrega la realizaban en un punto específico o podía ser a domicilio con un costo extra. Una de las dificultades que se enfrentaron en esta etapa fue el hecho de que algunos consumidores no acudían a recoger sus canastas el día acordado o cuando las entregas eran a domicilio y no había alguien que las recibiera. Las quejas por la apariencia irregular de los productos era otro factor que desanimaba a los productores.

#### *Consumidores organizados y mercados locales en Ajijic*

Si bien el Eco-tianguis funcionó también como un catalizador de nuevas iniciativas de comercialización en la zona metropolitana, el principal estímulo de algunos de los agricultores con mayores avances en la producción de hortalizas y demás productos orgánicos para fortalecer y diversificar sus sistemas de producción fue la participación en el mercado de Ajijic, en el municipio de Chapala. Esta plaza surgió en 2011 por iniciativa de un pequeño grupo de mujeres jubiladas de Estados Unidos y Canadá interesadas en contactar productores que les ofrecieran alimentos orgánicos semanalmente. Desde el primer día, los agricultores miembros de la RASA que fundaron el tianguis se vieron superados por la demanda y comenzaron a involucrar a otros del gremio. En los primeros años este tianguis logró convertirse en el mercado de alimentos orgánicos y artesanales más grande y diversificado de Jalisco. Actualmente aglutina a cerca de 50 productores, que en conjunto reúnen una diversidad importante. Se pueden encontrar ahí todo tipo de hortalizas y alimentos frescos y procesados. El motivo por el cual cuenta con una buena convocatoria de productores se relaciona con el hecho de que los jubilados extranjeros que radican en la localidad están dispuestos a pagar a los productores un precio entre 30 % y 100 % por encima del que obtienen en los tianguis de Guadalajara. El sobreprecio es por demás atractivo y compensa el traslado desde cualquier municipio aledaño. Incluso hay algunos productores que viajan hasta hora y media para llegar ahí a instalarse con sus mercancías.

### *Las nuevas iniciativas de comercialización en la ZMG*

El creciente interés de los consumidores por productos orgánicos y la necesidad de establecer nuevos nichos de mercado dejó en claro a los productores que debían tomar un rol más activo en la generación de nuevos espacios para la comercialización. Un ejemplo de ello es lo que se conoció como el Tianguis del Expiatorio, que más adelante se conocería como Corredor Cultural y Alternativo Expiatorio A. C.<sup>11</sup> Este aparece en 2011 con el apoyo de miembros de la UACI, pero con el tiempo los comerciantes y algunos productores fueron tomando una mayor participación en la organización y gestión de este espacio comercial. Para 2012 se abrieron de manera exponencial nuevos tianguis y mercados de consumo alternativo; cabe mencionar entre los más relevantes el de la Plaza Andares, un centro comercial que ofreció a los productores una superficie amplia para que se instalaran.

En esta búsqueda de alternativas de comercialización, desde 2011 se han articulado miembros de la RASA con otros productores y actores locales como integrantes del Círculo de Producción y Consumo Responsable, el Colectivo Ecologista Jalisco y productores y consumidores individuales con el afán de constituir un comité de actores involucrados en las actividades del Sistema Participativo de Garantía (SPG). Esta instancia tiene la función de expedir un Certificado de Garantía Agroecológica para productores interesados en hacer constar que sus sistemas de producción están acordes con los lineamientos establecidos en la Ley de producto orgánico. El SPG con el sello de El Jilote<sup>12</sup> es una manera de dar mayor certeza a los clientes con respecto a la calidad de los productos y la regularidad de sus procesos.

La importancia de poner en operación un SPG se acentúa porque el incremento de los tianguis y mercados desde 2011 ha propiciado que ocupen espacios en este tipo de establecimientos algunas personas que no ofrecen alimentos producidos con apego a la ideología inicial de estos proyectos. La preocupación no es menor si se consideran casos más graves de algunas personas que ofrecen productos que anuncian como orgánicos y que en realidad han sido elaborados con insumos convencionales.

Los espacios de comercialización hasta aquí mencionados se pueden considerar como las iniciativas que funcionaron como proyectos pioneros en el comercio directo productor-consumidor dentro de la zona

<sup>11</sup> Facebook: Corredor Cultural y Alternativo Expiatorio A. C.

<sup>12</sup> <[www.eljilote.org](http://www.eljilote.org)>

metropolitana de Guadalajara y municipios cercanos. La mayoría de estos agricultores producen en localidades urbanas o periurbanas. Sin embargo, en Jalisco el despunte de la comercialización de alimentos por cuenta de pequeños agricultores se ha extendido más allá de la ZMG y el municipio de Chapala, como veremos en seguida.

### **Iniciativas de comercio local en ciudades medias al sur de Jalisco**

A finales de 2008 en el municipio de El Grullo<sup>13</sup> surgió la primera iniciativa de comercialización por parte de algunos productores que comenzaban a explorar una agricultura alternativa. La creación de este tianguis tiene como antecedentes los cursos y talleres teórico-prácticos sobre agricultura orgánica realizados por la Confederación Nacional de Propietarios Rurales (CNPR). Esta organización en su mayoría se conforma de socios dedicados a la producción de caña de azúcar. Su poder de convocatoria con sus agremiados y el ánimo e interés mostrado por uno de sus técnicos facilitaron en mucho que hubiera una buena asistencia de agricultores. Los talleres se llevaban a cabo cada semana y duraron todo el año. En la penúltima sesión se acordó rematar con una exposición a manera de «tianguis-trueque» de alimentos y productos orgánicos.

Así, el 20 de diciembre de 2008, en el jardín municipal de El Grullo nació el primer tianguis de productores de la región Sierra de Amula y Costa Sur. Los propósitos para su creación, a decir de sus fundadores, fueron: construir un espacio de ruptura frente a la lógica consumista de las grandes cadenas transnacionales de supermercados, recuperar los valores del comercio de alimentos limpios y de calidad, dar a conocer productos elaborados por las personas de la zona y promover el consumo responsable al adquirir productos de forma consciente y autónoma y con el conocimiento de «dónde se queda nuestro dinero». El tianguis se desarrolló con éxito, y desde un inicio promovió el trueque como una opción para el aprovisionamiento.

Esta iniciativa comenzó con 12 productores; con el tiempo el número fue disminuyendo, hasta quedar un grupo de cinco o seis productores y artesanos que se reúnen de manera mensual. A más de ocho años de haber comenzado esta iniciativa, la mayor parte de lo que ofrecen son alimentos

<sup>13</sup> El municipio de El Grullo tiene 24 312 habitantes (INEGI 2015). De estos, la cabecera municipal concentra a 20 924 personas. Por su cercanía con el municipio de Autlán se ha convertido en una ciudad importante para el comercio regional.

procesados por ellos mismos, los cuales pueden variar dependiendo de la temporada. Quienes participan en este tianguis reconocen que muchos de los consumidores no distinguen del todo la diferencia entre un alimento orgánico y uno convencional, aunque sí perciben que los productos orgánicos son elaborados de forma artesanal y gustan de su sabor y textura.

Este tianguis incorpora alternativas novedosas. Tal es el caso del café de mojote, que es el resultado del tostado y molido de las semillas de *Brosimum alicastrum*,<sup>14</sup> con un sabor similar al del café pero libre de cafeína y con un alto valor nutrimental; puede comprarse directamente a la familia que lo produce. Se incluyen además alimentos elaborados por agricultores de localidades y municipios cercanos, tales como galletas de maíz, cajeta, tortillas y cacahuete tostado. Con el paso del tiempo el catálogo se fue diversificando y consolidando en el gusto de los consumidores.

#### *Los tianguis universitarios de la Costa Sur y Sur de Jalisco*

La promoción de una agricultura alternativa en el medio universitario fue un factor relevante que con el tiempo se complementó con el apoyo para la comercialización de productos orgánicos. En esta labor destacan los centros universitarios de la Costa Sur y Sur de la Universidad de Guadalajara, que serán abordados en seguida.

El tianguis de El Grullo fue un antecedente que en 2010 se vinculó a un segundo proyecto de comercialización: el tianguis del Centro Universitario de la Costa Sur (CUC-Sur) de la Universidad de Guadalajara. Este centro académico con sede en el municipio de Autlán de Navarro tiene como eje temático el manejo sustentable de los recursos naturales.

Esta iniciativa de tianguis surgió de la vinculación entre profesores del Departamento de Ecología y Recursos Naturales (DERN) y la población de la región Costa Sur. Desde 2010 el espacio de comercialización se hizo permanente y se instala cada viernes en el campus del centro de estudios.

La fortaleza con la que nació este tianguis se relaciona con la participación de productores en el curso de Agricultura orgánica que se imparte desde 2004 para los estudiantes de Ingeniería de Recursos Naturales; sin embargo, fue en 2010 que se abrieron las puertas de la universidad para la participación de los agricultores. Estos fueron invitados a establecer un tianguis como punto de venta que al mismo tiempo les generara un ingreso

<sup>14</sup> Árbol endémico de Mesoamérica, conocido con diversos nombres locales, ancestralmente consumido por su alto valor proteínico.

para cubrir los gastos de traslado desde sus localidades al centro universitario. Por ello es conocido como un «tianguis de productores regionales». De este año a la fecha el tianguis coincide con el curso de Agricultura orgánica. Se ofrecen productos frescos (hortalizas, huevo, lácteos, plantas medicinales, frutos de temporada) o procesados (café, pan con ingredientes cultivados regionalmente como la yaca [*Artocarpus heteropillus* Lam], semillas de mojote [*Brosimum alicastrum*] o chaya [*Cnidioscolus aconitifolius*] y tortillas de maíz criollo, algunas con ingredientes adicionales como el nopal y la chaya). La oferta se diversifica en más de 50 productos, entre alimentos y artesanías (ropa bordada a mano, aretes, pulseras, etc.) y se mantiene constante, ya que cuenta con familias y grupos de productores que le dan solidez: el grupo de productores de La Ciénega, municipio El Limón; el grupo Mujeres de Cuzalapa, municipio de Cuautitlán; el grupo de Zenzontla, municipio de Tuxcacuexco, y los productores que provienen de El Grullo. En esta relación con los consumidores se ha fomentado una recuperación del gusto por productos tradicionales de la región, sin perder de vista sus necesidades de abasto. De ese modo se consolidó un grupo de productores-procesadores que lograron estimular el gusto por productos regionales y cubrir la demanda del mercado universitario.

Un elemento que enriqueció la oferta de alimentos en este tianguis fue la comida vegetariana de miembros locales del movimiento La revolución de la cucaracha.<sup>15</sup> Estos jóvenes sostienen un ideal de alimentación que no incluya carne como principal fuente de proteína, ya que esta implica dolor y sufrimiento a otros seres vivos. Consideran que alimentarse va más allá de cumplir las normas de producción orgánica; para ellos, un alimento debe «estar libre de violencia, tanto a los animales como a la madre tierra». Su perspectiva resultó ser un elemento enriquecedor de la oferta de productos tanto como de la diversidad de puntos de vista en torno a la alimentación.

Las tortillas de la Ciénega, el pan integral de El Grullo, los quesos y el pollo ecológico de semipastoreo de una granja familiar en Casimiro Castillo son algunos productos que han ganado buena reputación. El tianguis ha sido un estímulo también para la generación de microempresas como Atlmolli, formada por un par de jóvenes de El Grullo, quienes elaboran productos alternativos de limpieza personal como champú, jabones, pomadas y cremas de belleza a base de plantas de la región.

<sup>15</sup> Mayor información en el sitio oficial <<http://www.larevoluciondelacuchara.org/>> y un video ilustrativo sobre este movimiento: <<https://www.youtube.com/watch?v=VIDyW-DioHhk>>.

En una encuesta aplicada a consumidores de este tianguis en 2013 (Juárez 2016) se encontraron por lo menos cuatro grupos de consumidores: 53 % de estudiantes del centro universitario, 25 % de profesores, 12 % de trabajadores universitarios y el 10 % restante de público en general, es decir, personas que sabían del tianguis y venían ex profeso a comprar algunos productos muy regionales apreciados como las tortillas hechas a mano de Las Comadres de la Ciénega, entre otros.

En general, se encontró que los consumidores tienen una muy buena impresión en torno al tianguis, los productos y los productores. Al respecto resaltan cuatro elementos:

1. Existe un gusto por el sabor asociado con la calidad de los ingredientes y el proceso artesanal de su preparación.
2. Se valora la oferta de productos libres de agroquímicos y aditivos o conservadores.<sup>16</sup>
3. Reiteradamente está presente un interés por apoyar al productor y la economía local.
4. Se considera que los precios son accesibles.

De estos resultados encontramos que el interés por productos libres de agroquímicos y la intención de apoyar el consumo local son elementos constantes mencionados por consumidores que han participado en diferentes estudios realizados en iniciativas de comercio local en México (Escalona 2009; Pérez 2010; Juárez 2010; 2014). Por otra parte, en lo que respecta a este tianguis, de una oferta de cerca de 50 productos, los de mayor interés para los consumidores estudiantes son aquellos con los que se puede «calmar el hambre», por ejemplo: el pan de mojote de la comunidad de Zenzontla y las galletas o «gorditas de maíz» de la Ciénega. La comida, al ser muy buscada por los estudiantes, ha estimulado a los productores a ampliar la oferta, desde hamburguesas y pizza vegetariana, sushi, panes, agua de frutas, quesos, crema, pasteles y postres. Las mujeres del Color de la Tierra de Cuzalapa aportan también una amplia oferta de productos que hacen del tianguis un espacio muy atractivo.

Las entrevistas a consumidores dejaron ver que la gran mayoría confían en el origen de los insumos e ingredientes que contienen los productos comercializados en el tianguis. El motivo de esta confianza es que

<sup>16</sup> Un grupo de estudiantes del CUC-Sur de la materia de Sociología Rural en 2014 realizó un pequeño estudio con los consumidores y se encontró que estos refieren de manera constante la importancia de estos productos para tener y mantener una buena salud (Galindo, Guerrero y Guzmán 2014).

varios de ellos asocian directamente al productor con el curso de agricultura orgánica antes mencionado. El voto de confianza hacia la palabra de los productores es un claro dato que permite que un sector de los consumidores no vacile en comprar estos productos y llamarlos orgánicos.

Al respecto concluimos que para los consumidores del tianguis un producto es orgánico cuando se evita el uso de insumos químicos en la fase de producción. La calidad de los que se incorporan en la etapa de procesamiento no fue mencionada en las entrevistas. En otras palabras, los consumidores del tianguis del CUC-Sur apenas están empezando a comprender el proceso que implica la producción de alimentos orgánicos. En esta labor formativa han jugado un papel fundamental los mismos productores, ya que desde un inicio solían darles largas explicaciones. Esta tarea de brindar información ha logrado ampliar los conocimientos y el criterio de los consumidores, al mismo tiempo que ha permitido a los productores establecer con ellos relaciones y lazos de confianza.

### *Tianguis de productores en CU-Sur*

El 6 de febrero de 2013 dio inicio el proyecto de tianguis Pochtécatl, en el Jardín de las Ardillas del Centro Universitario del Sur de la Universidad de Guadalajara (CU-Sur) en Ciudad Guzmán, cabecera municipal de Zapotlán el Grande, considerado el centro universitario foráneo más grande de esa casa de estudios. Para conformar este tianguis se lanzó una convocatoria a las 28 comunidades aledañas al campus. A esta instancia acudieron artesanos que trabajan madera y lirio, artesanos textiles, productores de maíz criollo, frijol y plantas medicinales, productores de orégano orgánico, hortalizas, un grupo de mujeres que transformaba los frutos de temporada en dulces y mermeladas, panadería y libros. Para quienes participaron desde un principio, el hecho de que los estudiantes no compraran artesanías tuvo como consecuencia que algunos artesanos decidieran retirarse.

Desde su fundación, el proyecto Pochtécatl se ha visto acompañado de profesores universitarios que, en colaboración con los productores, han llevado a cabo aproximadamente 10 etapas de trabajo, en las cuales se han identificado distintas problemáticas y en conjunto se proyectan alternativas que a lo largo del tiempo han ido propiciando diversas vías de transformación. De manera reciente se asumió que el proyecto estaba en crisis en lo que respecta a la promoción de un consumo responsable y, por lo tanto, se estaba perdiendo uno de sus principales objetivos.

A inicios de 2016 se presentaron algunos problemas que llevaron a un proceso de depuración de los productores del tianguis. Así, quedaron solamente cinco de las señoras que iniciaron el proyecto con los artesanos. Ellas establecieron nuevos criterios de trabajo teniendo como eje definitivo el trueque y los productos locales y orgánicos. Asimismo, cada semana colaboran con algún proyecto comunitario, de forma directa o indirecta, participando con becas de alimentación para alumnos, con donación de alimentos a la casa hogar, ropa para niños, etcétera.

Para los miembros del Pochtécatl, la base de un proyecto de comercio local y alternativo es la confianza entre sus integrantes y la disposición de plantear acuerdos y metas comunes.

Un cambio en la dinámica del tianguis surgió recientemente, cuando el Pochtécatl comenzó a compartir espacio con la Cooperativa Universitaria, creada a principios del 2016 para que algunos estudiantes universitarios pudieran generar recursos mediante la venta de productos elaborados por ellos mismos y de ese modo continuar con sus estudios, pero principalmente para que encontraran opciones de alimentación.<sup>17</sup>

Al tomar parte en la cooperativa, los estudiantes retoman las enseñanzas de sus hogares y su escuela para elaborar productos (la cooperativa es también un espacio de formación). Promueven también el reciclaje, el trueque, el banco de tiempo entre compañeros y participan en conjunto con las señoras del tianguis en actividades, talleres y charlas. Actualmente<sup>18</sup> son solo siete jóvenes los que participan; se involucran con un trabajo interno y externo que no todos los universitarios están dispuestos a hacer. El proceso ha permitido que todos los integrantes, ya sean de la Cooperativa Universitaria o del tianguis Pochtécatl, conozcan las historias de trabajo de cada integrante y colaboren en las actividades que se van acordando.

La formación de hábitos en consumidores es un tema que se ha buscado atender tanto en la Cooperativa Universitaria como en el tianguis Pochtécatl. En 2016, a principios de octubre, se comenzó una campaña para promover que los alumnos, profesores, investigadores y demás personal del centro universitario evitaran el uso de vasos y platos desechables. Desde el Centro de Investigación en Territorialidad y Ruralidad (CITER)

<sup>17</sup> Cerca de 90 % de la comunidad universitaria del CU-Sur proviene de alguno de los 28 municipios del área de afluencia. Sus padres cubren los gastos de alimentación de manera semanal; algunos reciben entre 300 y 500 pesos por semana, aunque otros son menos afortunados y reciben montos de 300 o hasta 100 pesos por semana (datos estimados por la Coordinadora del Tianguis Pochtécatl en 2017).

<sup>18</sup> Los datos de este capítulo están actualizados a 2017.



se gestionó un apoyo para regalar cada jueves vasos y platos reutilizables con la finalidad de que los jóvenes pudieran llevarlos a la universidad. En esta campaña, los comerciantes tomaron una actitud más diligente para iniciar un proceso constante de formación e información entre sus consumidores.

De acuerdo con los organizadores de este tianguis, el consumidor del Pochtécatl se compone principalmente de estudiantes y académicos con un denominador común que se refleja en las expresiones que los caracterizan: «No tienen tiempo», necesitan que todo a su alrededor sea práctico, «lo diferente asusta». Por tal motivo, las verduras y hortalizas frescas que se ofrecían en un inicio no lograron despertar su interés, y en consecuencia los productores y productoras optaron por procesar estos alimentos y generarles así un valor agregado.

Entonces, al ser los alimentos procesados el principal producto de interés, se realizaron talleres y una campaña «cero desechable». Se informó al consumidor que los alimentos provenían de las parcelas de los participantes, quienes son productores locales, amas de casa que transforman su cosecha en alimentos. Sin embargo, algunos clientes comenzaron a quejarse por distintas razones: porque echaban de menos los vasos de unicel y los platos desechables, antes usados respectivamente para servir café o enchiladas, o porque en las hamburguesas se reemplazó el pan Bimbo<sup>19</sup> por uno de avena y se sustituyó el azúcar por estevia molida; otros mostraron molestia al notar que las hortalizas aún tenían tierra. Los organizadores del tianguis comentaron haberse enfrentado a «un consumidor exigente en las formas, pero no en el contenido».

Para los miembros del tianguis fue desconcertante enterarse de que la oposición a la propuesta de «cero desechable» provino de algunos académicos involucrados en áreas de la salud, quienes referían que lo que se hacía en el tianguis «era una tontería». El cliente apelaba a su derecho a consumir «lo que quisieran y como quisieran».

La desconfianza de los consumidores hacia el agricultor y el tianguis —en términos de funcionamiento— se concreta en tres puntos específicos: 1) Se solicitan documentos probatorios y «científicos» de que los productos son orgánicos; 2) Se solicita que los alimentos sean servidos en platos de unicel o plástico, porque consideran que los otros que utilizan no cumplen con un estándar de inocuidad; 3) Solicitan que los productos

<sup>19</sup> Marca comercial de pan altamente procesado, reconocido por su baja calidad en nutrientes y alto contenido de conservadores, azúcares, distintos tipos de grasas, colorantes y aditivos.

envasados (el mole, las tortillas de maíz criollo —que se venden con servilleta de tela bordada—, las mermeladas de la Sierra del Tigre) tengan etiqueta en la que se especifique una información nutrimental confiable. Esta perspectiva se comparte por algunos estudiantes de medicina, enfermería y nutrición, que se han acercado en diversos momentos para reclamar a los productores el tipo de estrategia que están utilizando.

Pese a este tipo de actitudes contrarias a los planteamientos del tianguis, se reforzó la idea de mantener las propuestas de «cero desechable», seguido esto de una estrategia para motivar un mayor involucramiento del consumidor en estos procesos. En ese tenor se han realizado talleres y juntas abiertas. Se buscó la forma de hacerle saber al consumidor que comprar es un intercambio de necesidades y que los productores del Pochtécatl no están dispuestos a conceder al cliente la razón absoluta. Como parte de este proceso de formación se incorporó al proyecto la filosofía de la «comida lenta». Al respecto se ha observado que los consumidores comienzan a ingerir sus alimentos en el Jardín de las Ardillas, un área común retomada como espacio para comer sin prisas, convivir e interactuar con quienes forman parte del tianguis. Resulta alentador encontrar que los consumidores comienzan a llegar con su plato y recientemente se ha optado por facilitar uno a quien no lo traiga y que lo regrese lavado. Algunos incluso ya hacen trueque y en lugar de pagar con dinero cambian algunos alimentos como arroz o frutas por alimentos preparados.

A futuro se espera que paulatinamente se reintegre al tianguis la oferta de frutas, hortalizas, las artesanías y los productos procesados que se tenían inicialmente. El trabajo de crear conciencia entre los consumidores aspira a que el tianguis no solo sea para venta de comida para consumir al momento, sino que llegue a ser una opción para realizar las compras de la despensa semanal con productos libres de agroquímicos y que conservan los saberes locales. De esta forma la comunidad universitaria estaría contribuyendo con la reactivación del comercio en un área local específica. Para los agricultores e impulsores del Pochtécatl se trata de una tarea que busca generar una relación de mayor confianza y empatía entre los productores y sus consumidores, y que seguirá en pie hasta verse consolidada.

### **Entorno a las iniciativas de comercialización en la ZMG**

Desde la aparición de la Ecotienda en 1996, y del tianguis del Círculo de producción y consumo responsable en 1998, las iniciativas de comercialización

dentro de la ZMG fueron pocas y de muy corta vida. Un cambio importante comenzó en 2009 con la presencia del ya mencionado Ecotianguis o tianguis de la SEMADES, que funcionó como un espacio de comercialización abierto a un grupo de productores interesados en participar pero que carecían de un lugar para hacerlo. En 2011 algunos consideraron la posibilidad de abrir otros dentro de la ZMG. De igual manera, hubo centros comerciales que consideraron la posibilidad de destinar un área para la venta de productos orgánicos.

Por lo tanto, después de 2012, en la escena local podían distinguirse tres tendencias contrastantes en lo que respecta a las características de los espacios de comercialización de productos orgánicos, gurmé y artesanales dentro de la ZMG.

La primera tendencia es la más antigua y corresponde a quienes abogan por un comercio local de alimentos producidos a partir de los principios de la agroecología y comercializados directamente del productor al consumidor. Esta tendencia tiene sus antecedentes en los valores fundamentales que impulsó el tianguis del Círculo de Producción y Consumo Responsable y que después retomaría la iniciativa de Feria de Productores. Este último proyecto inició en 2014 en las instalaciones de un club deportivo del municipio de Zapopan.

La segunda se refiere a los nuevos tianguis que se instalan en camellones y espacios dentro de colonias céntricas, los cuales más que ocuparse de una oferta de productos orgánicos pretenden poner en marcha un comercio local y alternativo a lo que venden las cadenas comerciales de alimento. Los defensores y promotores de estos espacios señalan que funcionan como proyectos de comercialización, pero también como lugares de encuentro y diálogo entre personas interesadas en ofrecer y saborear nuevos productos y alternativas de alimentos para enriquecer y diversificar sus dietas. En esta línea se encuentran algunos proyectos como el ya mencionado Corredor Cultural y Alternativo Expiatorio, el Mercadito las Colonias o el Andares Farmers Market.

La tercera tendencia incluye las iniciativas de comercialización que surgieron en diversas plazas y centros comerciales. Para algunos productores y personas involucradas en tianguis y mercados, el auge de los mercados de agricultores de este tipo ha estado orientado a atraer consumidores en horarios en los que comúnmente las plazas comerciales son poco frecuentadas. Para otros actores, son estrategias para recuperar espacios públicos y generar dinámicas de convivencia entre productores y consumidores.

Algunas críticas en torno a esta última tendencia radica en el hecho de que quienes han promovido tianguis en centros comerciales no están preocupados por generar mecanismos de verificación del origen de los productos. Entonces, es común encontrar personas que revenden o que procesan alimentos que no están elaborados con insumos orgánicos.

La necesidad de establecer un espacio comercial con mayores regulaciones y garantías al consumidor fue un motivo por el cual la Feria de Productores surgió como una respuesta a la proliferación de tianguis que desde el 2012 habían surgido en distintos puntos de la zona metropolitana de Guadalajara y que en ellos frecuentemente se podían encontrar productos que no solo no cumplían con los principios de la agroecología, sino que eran alimentos convencionales ofrecidos como orgánicos.

Para evitar esta problemática, los organizadores de la Feria de Productores admitieron desde un inicio solo a aquellos que estuvieran dispuestos a trasparentar sus procesos de producción y a introducir mejoras.<sup>20</sup> Asimismo, se marcó como requisito la certificación que ofrece el Sistema Participativo de Garantía del Mercado Agroecológico El Jilote. A cambio, los encargados de la administración desarrollarían la mercadotecnia y la logística necesarias para el funcionamiento del tianguis. Al ser la organización del tianguis una tarea externa al grupo de productores, era posible lograr que el productor interesado en comercializar en este espacio cumpliera con los requisitos de la producción agroecológica.

Con estas características, la Feria de Productores inició su oferta semanal de alimentos en 2015 con 12 productores. Para 2016 contaba con 35 y siete personas más esperaban incorporarse en 2017. Para los organizadores del tianguis, el proceso ha sido lento, pero se ha logrado que en dos años tanto productores como consumidores se mantengan constantes. Esta iniciativa resulta innovadora en múltiples aspectos, ya que a la par de las actividades semanales del tianguis se han llevado a cabo dos ferias del hongo, una feria del agave, una feria del maíz y una exposición gastronómica de platos tradicionales con la cual celebraron su aniversario en noviembre de 2016. Por otra parte, se han organizado rutas bioculturales (visitas a productores) y se ha mantenido una oferta semanal de talleres con múltiples temáticas, desde información sobre nutrición y talleres para la promoción de huertos urbanos hasta defensa personal.

Si bien la Feria de Productores ha logrado una buena oferta y diversidad de productos de alta calidad para sus clientes, enfrenta un momento

<sup>20</sup> Las especificaciones se pueden consultar en <[www.feriadeproductores.mx/ingreso](http://www.feriadeproductores.mx/ingreso)>.

difícil, ya que para finales de 2016 llegó a 19 el número de tianguis alternativos dentro de la zona metropolitana. Estos en su mayoría se han ubicado en lugares céntricos y en plazas comerciales de prestigio. La mayoría retoman el concepto de los *farmers market*, es decir, espacios de venta directa al consumidor. Sin embargo, como ya se ha mencionado, son pocos los que logran ofrecer un producto elaborado a partir de una producción propia. La oferta de alimentos en estos tianguis se enfoca principalmente a productos procesados bajo distintivos como alternativos o gurmé, factores que permiten la conformación de una oferta novedosa de alimentos procesados.

La apuesta de la Feria de Productores responde a otros objetivos, y en su afán de trascender trata también de hacer visibles para el consumidor aquellos proyectos familiares que han logrado con el tiempo mejorar de manera importante sus sistemas de producción y la calidad de los insumos que utilizan. La experiencia de los organizadores en la colaboración con tianguis y mercados pertenecientes a la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos y un conocimiento puntual de la normativa que rige los Sistemas Participativos de Garantía permiten diseñar estrategias que generen mayor certeza con respecto a la procedencia y el proceso de elaboración de los productos que se ofrecen.

### **Milpa, la primera cooperativa de consumidores y productores**

Una vez mencionados algunas de las cualidades y los conflictos concernientes a la forma de comercializar productos directo al consumidor dentro de la ZMG, podemos comprender el motivo por el cual para algunos consumidores estos espacios no ofrecían una alternativa para cubrir una dieta (en la medida de lo posible) centrada en alimentos frescos y diversificados. Por este motivo, entre las distintas estrategias para conectar productores con consumidores encontramos dentro de la zona metropolitana de Guadalajara a un grupo de consumidores organizados que buscaba cubrir su dieta a partir de alimentos agroecológicos.

Este grupo inició con integrantes de los colectivos de agricultura urbana, quienes se percataron de que la producción a la que podían llegar sembrando en una azotea o en espacios reducidos no era suficiente para satisfacer sus requerimientos, y que era necesario recurrir a compras complementarias; sin embargo, pese al crecimiento de la demanda de productos orgánicos y el establecimiento de espacios de comercialización, aún

era difícil acceder a una oferta diversificada de alimentos frescos que fuera lo suficientemente diversa como para surtir una dieta familiar. Aunado a ello, una de las mayores limitantes para consumir productos orgánicos era su precio elevado, que no permitía hacer un programa de alimentación basado en dichos productos.

Como respuesta a estas dificultades, desde 2013 se comenzó a considerar la idea de tejer nuevas formas de acercamiento entre productores y consumidores de alimentos libres de pesticidas. En este primer paso los integrantes del colectivo Azoteas Verdes reconocieron la importancia de sumar esfuerzos con los productores. Por lo tanto, estructuraron un proyecto de gestión que permitiera una mayor articulación con quienes se dedican completamente a la producción y pueden satisfacer la demanda de personas interesadas en adquirir alimento de calidad, local y, además, a un precio justo.

De manera similar, un grupo de profesionistas de la nutrición tenía la inquietud de difundir prácticas de alimentación más saludables y sostenibles. Para lograrlo, comenzaron a organizarse en el Centro Universitario de Ciencias de la Salud de la Universidad de Guadalajara. Su primera reunión fue en junio de 2013. A partir de entonces se decidió aterrizar la funcionalidad de la organización por medio de una cooperativa.

Las personas que fundaron la cooperativa hicieron una exhaustiva investigación y una retroalimentación de experiencias similares, y sobre esa base empezó a estructurarse un modelo de organización sostenible, además de plantearse una estrategia de consumo continuo de alimentos orgánicos que contara con la participación activa tanto de personas productoras como consumidoras. Por otro lado se trabajó en la toma de acuerdos para elaborar una lista de reglas que permitieran la subsistencia de la cooperativa.

En este proceso, productores y consumidores coincidieron y decidieron trabajar en conjunto para desarrollar una iniciativa que respondiera a las necesidades y perspectivas de ambas partes. A la primera reunión, el 15 de febrero del 2014, asistieron 25 personas y aportaron una cooperación inicial de 200 pesos para que se compraran los alimentos a aquellas personas interesadas en vender sus productos a este proyecto. Un elemento a resaltar desde el inicio fue la decisión de que en cada compra el cooperativista aportara una cantidad extra (50 pesos) con la finalidad de que la cooperativa reuniera fondos para hacer compras anticipadas de algunos productos de temporal (maíz, frijol etc.) o que, en su defecto, se pudiera apoyar económicamente a los productores que así lo solicitaran,

es decir, se buscaba la forma de generar un fondo para préstamos al productor, a quien se daría la opción de reintegrar el dinero prestado o bien pagarlo con productos. Esta última modalidad era uno de los beneficios para los productores involucrados en la cooperativa.

Desde un inicio, la logística de la gestión del alimento se dividió en tres etapas: 1) acuerdos con los productores; 2) organización de familias consumidoras para la generación del recurso semilla, es decir, dinero para comprar el alimento; y 3) la logística de entrega, pago de los alimentos y preparación de las canastas dos sábados del mes. Aunque simple, esta forma de organización implicaba un importante esfuerzo de coordinación y de tiempo dedicado para el proceso de recepción de alimentos. Es por ello que la cooperativa cuenta con tres formas de participación para sus cooperativistas. De esta forma, quienes aportan su tiempo pueden tener un menor costo por sus canastas, en tanto que aquellos que no lo hacen aportan un recurso económico para la logística de la cooperativa.

La cooperativa funcionaría a partir de comisiones; la de comercialización se encargaría de levantar pedidos de alimentos a quienes producen y su pago en efectivo. Asimismo, se crearon otras comisiones que se irían modificando, tales como la de mantenimiento y sistematización —que ahora ya no existen pero que en su momento trabajaban para poder mejorar la estructura de la cooperativa—. Los integrantes de la cooperativa se reunirían cada semana para compartir información y tomar decisiones generales. Se realizarían cuatro asambleas al año, así como reuniones periódicas con productores y diversos talleres y eventos.

De acuerdo con los miembros de esta cooperativa ha sido gracias al trabajo de las personas que la integran que el proyecto ha llegado a ser sustentable, aunque no genere aún rentabilidad para subsidiar o pagar un salario justo a quienes han trabajado e invertido mucho tiempo en su configuración.

Sin embargo, se señala que en estos tres años de esfuerzo se han generado experiencias y aprendizajes que permiten afirmar que basta el esfuerzo de seis productores o productoras para poder garantizar un consumo diversificado y estable a 25 familias, aunque se estima que la capacidad logística de la cooperativa podría integrar un máximo de 50 familias. Una de las complicaciones que se han presentado para satisfacer la demanda es el hecho de que puede haber diferencias entre lo que busca el comprador y el alimento existente o que los pedidos no se completan por diversas causas. De acuerdo con uno de los miembros de la CCCM:

Este proceso nos ha consolidado y ha permitido compartir la inquietud de ir fortaleciendo lazos con quienes producen y con quienes consumimos. En la cooperativa de consumo consciente MILPA tenemos claro que la reciprocidad, la confianza, el compañerismo y la amistad que existe entre quienes producen y quienes consumen es base toral del esfuerzo por alimentarnos de manera sana. Si bien sigue siendo una dicotomía que segrega iniciativas, pensamos que en alguna parte de nuestra historia podemos decir que el trabajo en conjunto puede lograr el sentido de pertenencia a un proyecto común: dignidad y alimentación.

**Cuadro 1.** Formas de participación en la cooperativa Milpa

<i>Características</i>	<i>Tipos de participación</i>		
	<i>Cooperativista maíz</i>	<i>Cooperativista frijol</i>	<i>Usuario</i>
Aportación social	\$50	\$80	\$100
Canasta	(canasta básica \$250)	(canasta básica \$280)	(canasta básica \$300)
Sobreprecio	10 %	10 %	20 %
Libre demanda			
Trabajo	Dos horas al mes	Nada	Nada
Compromisos	Seis meses de pertenencia Asistir a la asamblea	Seis meses de pertenencia Asistir a la asamblea	Hacer el pedido una entrega antes (15 días)
Beneficios	Adquirir alimentos agroecológicos Participación en comisiones Participación en asamblea con voz y voto Cursos de formación gratuitos	Adquirir alimentos agroecológicos Participación en comisiones Participación en asamblea con voz y voto Cursos de formación gratuitos	Adquirir alimentos agroecológicos

**Fuente:** Guía de introducción e ingreso a la Cooperativa de Consumo Consciente Milpa, (s.f.).

## Reflexiones sobre el camino andado

Las iniciativas y los casos de productores abordados en este capítulo son ejemplos de cómo productores y consumidores han buscado durante los



últimos años diversas estrategias para establecer un vínculo que favorezca a ambas partes. En este proceso, los consumidores han jugado un papel muy activo en lo que respecta a generar espacios y dinámicas de comercio que les permitan un mayor acceso a productos de calidad y alimentos frescos.

Con el paso del tiempo la demanda de estos productos por parte de consumidores de la ZMG ha beneficiado a pequeños productores periurbanos que han desarrollado múltiples estrategias para lograr una producción más diversificada y escalonada y con ello mantener una oferta constante y diversa de alimentos en correspondencia con las necesidades y expectativas de sus consumidores.

Como resultado, desde finales de 2000 hemos observado un importante incremento de espacios para el comercio local de productos agroecológicos y alimentos procesados de forma artesanal que guardan en su origen distintas lógicas y objetivos. Pese a los contrastes ideológicos que respaldan a quienes impulsan estos proyectos alternativos, la presencia y el incremento de nuevos consumidores da muestras de un cambio en el gusto de la población, ya que es notable el interés por experimentar con nuevos productos y buscar alimentos agroecológicos para mejorar la calidad nutricional de lo que consumen. Por tanto, los nuevos tianguis y mercados cobijan a nuevos productores y artesanos que exploran la posibilidad de tener un ingreso económico a partir de la producción y transformación de alimentos de mejor calidad, con sabores novedosos y presentaciones artesanales que capturen la atención de sus clientes.

El surgimiento de la cooperativa Milpa y otras formas de vínculo comercial como son las canastas que ofrecen los productores de La Yunta son ejemplos de nuevas estrategias de comercialización que han establecido en forma conjunta productores y consumidores. Esto refleja el interés de los productores por explorar formas de articularse al mercado local, pero también la necesidad de los consumidores de acceder a productos de buena calidad por medio de un intercambio directo con el productor.

El interés por formas participativas de certificación de los procesos de producción y procesamiento de alimentos es tanto para productores como para consumidores una herramienta para generar confianza en el consumidor. Esto en el caso principalmente de los productores que ya tienen un público cautivo en alguno de los tianguis y mercados dentro de la ZMG o en Ajijic. El acceso a una certificación participativa, si bien tiene un costo para el productor, permite dar una mayor proyección y difusión a los proyectos productivos.

A diferencia de las iniciativas ya mencionadas, los tianguis y mercados fuera de la ZMG (El Grullo, CUC-Sur y CU-Sur) se encuentran más bien en un proceso de consolidar el mercado local para productos tradicionales o de consumo cotidiano, elaborados con insumos cultivados y procesados por las propias familias. Es decir, en estos tianguis se busca consolidar procesos de comercialización de productos que generen un valor agregado a insumos primarios. Un caso distinto se presenta con el tianguis de Ajijic en el cual se ofrecen productos frescos y procesados dirigidos a un público que busca calidad y que está dispuesto a pagar un sobreprecio por ella.

A más de 20 años de haber surgido la primera iniciativa de comercialización de productos ecológicos, queda mucho por hacer. Nos encontramos aún frente a un escenario en el que tanto productores como consumidores están explorando formas diversas de fortalecer sus redes de intercambio comercial y apoyo, pero también de compromiso mutuo. Si bien observamos un creciente interés por el consumo de productos orgánicos, se requiere un consumidor más informado y activo en los procesos de diálogo y acompañamiento a productores. Asimismo, se necesitan productores comprometidos con mejorar y hacer eficientes sus procesos de producción y de control de calidad.

Al respecto, resulta urgente que los grupos de productores organizados para la comercialización planteen estrategias para avanzar en su propio proceso de consolidación productiva, de procesamiento y de comercialización. Un posible horizonte se puede plantear en términos de lograr una mayor profesionalización de los productores, de su agricultura y de sus procesos de transformación de alimentos, hasta llegar a un producto final. Esto implica mantener un programa de actualización e intercambio de experiencias tanto de otros productores como de personal capacitado en técnicas agroecológicas innovadoras.

Para los consumidores que han logrado organizarse les espera la tarea de acompañar a los productores en los procesos de consolidación de sus sistemas productivos. Si bien se ha avanzado de manera importante en la generación de nuevos espacios que facilitan el acceso a alimentos orgánicos, es un hecho que aún deben fortalecerse los procesos de diálogo horizontal con los productores. La toma de acuerdos gira en torno a cubrir una determinada demanda de alimentos, pero igualmente debe considerar cómo generar estrategias para integrar a un mayor número de consumidores. Este objetivo es fundamental, ya que un incremento en la demanda beneficia tanto a los productores como a los consumidores, en términos de la oferta de productos agroecológicos a un precio más accesible. Un

incremento en la demanda solo puede mantenerse en la medida en que el precio sea justo para el consumidor. Productores y consumidores tienen por lo tanto el reto de encontrar estrategias de producción y consumo que propicien un mayor equilibrio en los procesos de intercambio con vistas a generar un comercio solidario para ambas partes. Con ello finalmente en el caso de Jalisco resultará posible hacer de la producción para el comercio local una actividad económica redituable, a la vez que incluyente de varios sectores sociales interesados en el consumo de alimentos saludables.

## Bibliografía

### ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIA QUÍMICA (ANIQ)

2013 «La industria de los agroquímicos y Fertilizantes», *Anuario Estadístico de la Industria Química*, en <<https://aniq.org.mx/webpublico/notas/anuarioestadisticoiq.asp>>.

2015 «La industria de los agroquímicos y Fertilizantes», *Anuario Estadístico de la Industria Química*, en <<https://aniq.org.mx/webpublico/notas/anuarioestadisticoiq.asp>>.

### BERLANGA, M. R.

2009 *Apuntes sobre el ejercicio del presupuesto 2007 para el sector rural*, vol. 7. México, Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria.

### COOPERATIVA DE CONSUMO CONSCIENTE MILPA

s.f. *Guía de introducción e ingreso*, en <<https://cooperativamilpa.org/>>.

### CORTÉS, M.

2000 *La construcción del consumo responsable como una estrategia de educación ambiental para la gestión ciudadana de la toxicidad ambiental. Recuperación de una experiencia en Jalisco*, tesis de maestría inédita, Universidad de Guadalajara.

### ESCALONA, MIGUEL

2009 *Los tianguis y mercados locales de alimentos ecológicos en México: su papel en el consumo, la reproducción y conservación de la biodiversidad y cultura*, tesis de doctorado inédita, Universidad de Córdoba, España.

### GALINDO, GLENDA, EDSON GUERRERO Y ELOIR GUZMÁN

2014 *Funcionamiento del tianguis orgánico del CUC-Sur* [manuscrito].

### GEBRESELASSIE, SAMUEL Y EVA LUDI

2008 «Agricultural Commercialisation in Coffee Growing Areas of Ethiopia», *Research Paper* 005, Future Agricultures.

GERRITSEN, PETER Y JAIME MORALES

2007 *Respuestas locales frente a la globalización económica. Productos regionales de la Costa Sur de Jalisco*, Universidad de Guadalajara/ITESO/RASA.

GÓMEZ, S.

2004 «Nueva ruralidad (fundamentos teóricos y necesidad de avances empíricos). Una mirada desde la sociología rural», *Revista de Desarrollo Rural y Cooperativismo Agrario*, 8, pp. 141-164.

GONZÁLEZ, ANDREA

2011 *Comercio Justo: expresiones locales de un concepto global. Escenarios de Guadalajara y San Cristóbal de Las Casas*, tesis de licenciatura inédita, Universidad de Guadalajara.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA (INEGI)

2015 *Censos Nacionales de Población y Vivienda*, en <<http://www.inegi.org.mx/>>.

JUÁREZ, NORMA HELEN

2010 *Del sentido del valor a la construcción del precio, La Gobernanza entre productores, intermediarios y productores de alimentos orgánicos de Juanacatlán y Guadalajara*, tesis de maestría inédita, Centro de Investigación y Estudios Superiores en Antropología Social.

2014 «Hacia un perfil del consumidor de productos orgánicos: un estudio de caso», en Gerardo Torres Salcido (coord.), *Los sistemas agroalimentarios y el consumo local*, Ciudad de México, Asociación Mexicana de Estudios Rurales/Instituto de Investigaciones Sociales-UNAM, pp. 118-137 (colección Campesinos y Procesos Rurales. Diversidad, disputas y alternativas, vol. II).

2016 *Reconfiguración agroecológica en Jalisco: un acercamiento a la red de agricultores de Sierra de Amula Costa Sur y Sur*, tesis de doctorado inédita, Universidad de Guadalajara.

NIGH, R. Y A. A. GONZÁLEZ

2015 «Reflexive Consumer Markets as Opportunities for New Peasant Farmers in Mexico and France: Constructing Food Sovereignty Through Alternative Food Networks», *Agroecology and Sustainable Food Systems*, 39(3), pp. 317-341.

PÉREZ, D.

2010 *Análisis de tres redes de valor del sector agroalimentario orgánico en México*, tesis de maestría inédita, Universidad Autónoma Chapingo.

RAYNOLDS, LAURA

2000 «Re-embedding global agriculture the international organic and fair-trade movements», *Agriculture and Human Values*, septiembre 17, pp. 297-309

RIST, S., T. ALFÖLDI, W. LOCKERETZ Y U. NIGGLI

2000 «Hidden organic food production: a new approach for enhancing sustainable agriculture in developing countries», *IFOAM 2000: the world grows organic. Proceedings 13th International IFOAM Scientific Conference*, Basel, Suiza, 28 al 31 de agosto, pp. 657-660.

WILLER HELGA Y JULIA LERNOUD (EDS.)

2017 *The World of Organic Agriculture. Statistics Emergin Trends 2017*, Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), Frick, and IFOAM-Organics International, Bonn, en <[www://organic-world.net/yearbook/yearbook-2017.html](http://www://organic-world.net/yearbook/yearbook-2017.html)>.

## Entre lo sano y lo cercano: construcción de una opción de certificación participativa

Antonieta Carolina Reyes Gómez<sup>1</sup>

Alma Amalia González Cabañas<sup>2</sup>

Antonio Saldívar Moreno<sup>3</sup>

Helda Morales<sup>4</sup>

A raíz de la Revolución verde, los modelos desarrollistas han promovido durante las últimas décadas en el campo una producción basada en el monocultivo, principalmente para la exportación, bajo un esquema «modernizador y productivista». La orientación de la producción agrícola intensiva y dirigida al consumo externo ha generado en países como México una profunda crisis en el medio rural, en el que gran parte de la población depende de la producción agrícola a pequeña escala (Dahlberg 1990).

En contraparte a esta tendencia, la agricultura orgánica se expresa como un movimiento social que ha tratado de situarse en calidad de estrategia para el mejoramiento de la situación vital de los sectores más pobres del ámbito rural, grupos indígenas y productores de escasos recursos. Una agricultura que promueve principalmente una producción sustentable de

<sup>1</sup> Doctorante, Laboratorio LISST - Dinámicas rurales, Université Toulouse-Jean Jaurès

<sup>2</sup> CIMSUR-UNAM

<sup>3</sup> El Colegio de la Frontera Sur

<sup>4</sup> El Colegio de la Frontera Sur

alimentos orientada en principio al autoconsumo y la conservación de los recursos naturales (Gómez y Gómez 2004).

La agricultura orgánica en México ha sido impulsada principalmente por agentes externos, lo que contribuye a que se haya consolidado al inicio más como una actividad de exportación. Desde la década de 1980 existe una demanda de productos responsables con el medio ambiente y saludables, principalmente de consumidores y empresas de los Estados Unidos y de algunos países de Europa (Gómez y Gómez 2004).

La exportación ha limitado los beneficios locales que la agricultura orgánica podría brindar, ya que por satisfacer la demanda extranjera se restringe el desarrollo del mercado regional; por lo tanto, la población local es marginada de forma injusta de los beneficios de consumir alimentos libres de agroquímicos (Nelson et al. 2007; Källander y Rundgren 2009).

Podemos decir que el movimiento social en torno a la agricultura orgánica puede verse como un avance o como un fracaso, dependiendo del objetivo con que se evalúe. La superficie cultivada de productos orgánicos claramente aumenta cada año para cubrir la demanda de exportación y actualmente se encuentra enmarcada a nivel internacional en la adopción de políticas, mecanismos de control y verificación del proceso productivo. Son las grandes compañías globales las que participan en la legislación y normativa de la producción orgánica en detrimento del desarrollo de mercados domésticos y regionales que pudieran influir en un ámbito local. Consideramos que el movimiento ha dejado de lado los componentes sociales y educativos que se planteó originalmente y queda lejos de dar respuesta a los principios de la soberanía alimentaria y el desarrollo sustentable.

Frente a este modelo de exportación de productos orgánicos se vienen gestando proyectos en los que diversos actores (locales y externos; hombres y mujeres) promueven nuevas formas de expresión y participación social, creando espacios para actividades que buscan influir de manera directa en políticas y estrategias de organización social y en la construcción de alternativas de desarrollo (Riquer 2001). En la actualidad se vienen desarrollando modelos comerciales alternativos derivados de gestiones locales, basados en la confianza y la valorización de los recursos locales; movimientos sociales en respuesta a las carencias del Estado en cuestiones de promoción de una economía local y de la seguridad alimentaria.

En este documento se define el concepto de *circuitos cortos de comercialización* como la forma de comerciar sin agentes intermediarios. La literatura en español lo utiliza a la par de otros como «mercados locales» o

«mercados campesinos». Probablemente existan diferencias o particularidades de los contextos en los que se utilizan; sin embargo, en este trabajo los referimos de manera indistinta. Un ejemplo de circuitos cortos en México son los mercados y tianguis<sup>5</sup> locales en los que el productor agrícola de pequeña escala comercializa en línea directa con el consumidor. El concepto en sí mismo no es tan extendido, pero como fenómeno social tiene relevancia. En México existe un número creciente de mercados y tianguis orgánicos que van surgiendo en varias ciudades del país.<sup>6</sup> Estos son integrados por productores y consumidores orientados a la venta de productos que se caracterizan por ser orgánicos o por ser generados localmente por pequeños productores (Nelson et al. 2007).

Una de las experiencias más importantes con respecto a los circuitos cortos de comercialización en México está articulada a la actual Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos A. C. (REDAC), que inició formalmente sus actividades en 2004. Este movimiento social en torno a los mercados locales muestra nuevas formas de organización frente a los efectos negativos de la exportación de productos orgánicos, por ejemplo, el alto costo que representa el proceso de certificación para un pequeño productor y la huella ecológica<sup>7</sup> que conlleva el traslado de alimentos de una región a otra (Nelson et al. 2007).

En la ciudad de San Cristóbal de Las Casas, en Chiapas, desde 2005 se ha venido desarrollando un proyecto alternativo de circuito corto de comercialización, que en la actualidad lleva el nombre de Red de Productores y Consumidores Responsables Comida Sana y Cercana. La experiencia de esta red es mejor conocida como tianguis orgánico o tianguis Comida Sana y Cercana. Este tianguis es una propuesta alternativa de apoyo a las organizaciones para producir de manera orgánica, obtener la certificación y abrir mercados para la exportación.

<sup>5</sup> Tianguis, vocablo del náhuatl *tianquiztli* ‘mercado’, hace referencia a los mercados tradicionales que han existido en Mesoamérica desde la época prehispánica y que han ido evolucionado en la forma en la que se les conoce en el contexto actual. En principio los vendedores caminan en el espacio del mercado ofreciendo sus productos, de allí que se les identifique con el término de «marchantes».

<sup>6</sup> En las entidades de Baja California Sur, Jalisco, Estado de México, Tlaxcala, Michoacán, Puebla, Veracruz, Oaxaca y Chiapas.

<sup>7</sup> La huella ecológica es un indicador de impacto ambiental generado por la demanda humana que se hace de los recursos existentes, relacionándola con la capacidad ecológica de la tierra para regenerar los recursos.



El tianguis está conformado como un colectivo<sup>8</sup> integrado por consumidoras y consumidores, comerciantes y personas que participan en forma voluntaria. La gente los reconoce como orgánicos porque en sus instalaciones se ofrecen alimentos cultivados bajo normas productivas similares a las de la agricultura orgánica. Las organizadoras del colectivo son un grupo de mujeres que trabajan en proyectos agroecológicos de promoción social y desarrollo comunitario en la región de los Altos de Chiapas, que se cuestionan sobre la alimentación que reciben sus familias con productos de diversa calidad y origen.

El tianguis apoya a pequeños productores locales que mantienen procesos similares a los de la agricultura orgánica, pero sin certificación. Se identifica como una iniciativa de producción agroecológica y de comercio local y se ha transformado en un importante proyecto para la ciudad de San Cristóbal de Las Casas. El colectivo inició con la participación de un número reducido de familias consumidoras y tres productores de hortalizas. En pocos años se ha consolidado, con una afluencia de más de 300 consumidores y más de 30 productores locales y comercializadores de productos orgánicos, agroecológicos y/o artesanales. Se ha convertido en un espacio de información e intercambio de productos en el que se comercia de manera directa entre quienes producen y quienes consumen. La oferta y la demanda han crecido en relativamente poco tiempo, al igual que el número de sus participantes. Es una muestra de las nuevas formas de entender el proceso de desarrollo humano más allá del objetivo comercial, al adoptar otras estrategias de organización, de comunicación y de toma de decisiones.

Dentro del espacio del tianguis están presentes voluntades individuales en torno a un objetivo en común: la comercialización de productos locales que mantienen prácticas o técnicas similares a la producción orgánica. El tianguis no cuenta con una figura jurídica, pero como colectivo elabora su identidad en conjunción con otros actores locales y facilita nuevas formas de participación ciudadana y la resignificación de lo «orgánico» a nivel local. En general, busca construirse como una alternativa en la que se valoran componentes no considerados en las formas convencionales de desarrollo, producción y comercialización. Y como colectivo, al conformarse por actores sociales heterogéneos que articulan una acción social, genera un cambio en los sujetos y en la sociedad.

<sup>8</sup> Con este término nos referiremos frecuentemente en este texto al grupo social que comparte el proyecto de este mercado alternativo local.

Sobre la base de estos elementos, se planteó la siguiente pregunta: ¿cómo se están construyendo nuevas estrategias de circuitos cortos de comercialización que incluyan procesos de consumo y certificación participativa a nivel local? En este documento se presenta parte de los resultados que se insertan en el marco de una tesis de maestría que se realizó durante el periodo 2008-2010. De esta investigación amplia se retoman principalmente tres objetivos: 1) analizar y sistematizar el proceso evolutivo del tianguis Comida Sana y Cercana; 2) realizar la descripción de la apertura de la primera estrategia de certificación de hortalizas a partir de procesos organizativos, educativos y de concientización y 3) caracterizar los productores de cultivos hortícolas del tianguis.

Este documento se divide en tres apartados: una primera sección en la que se desarrollan los conceptos utilizados: agricultura orgánica, circuitos cortos de comercialización, certificación de agencia y certificación participativa. En el segundo apartado se relata el proceso metodológico de la investigación y las técnicas y los instrumentos utilizados, y en el tercero se presentan los resultados. En ese segmento se describe el proceso de desarrollo del tianguis en sus aspectos organizativos para la verificación de las parcelas y la caracterización de los productores. Por último se presentan nuestras consideraciones finales. Se remarca la innovación del tianguis Comida Sana y Cercana, que ha permitido una interacción dinámica entre los actores involucrados en el proceso de producción, distribución y consumo, y de ese modo la construcción de una experiencia alternativa, no exenta de contradicciones y problemas técnicos aún por resolver.

### **La agricultura orgánica en México**

Hablar de agricultura es reconocer el conocimiento desarrollado por los grupos sociales que la han practicado y, sin duda, su comprensión de los procesos ecológicos y el manejo de las condiciones ambientales locales. En América Latina, los pueblos prehispánicos desarrollaron complejas técnicas agrícolas que permitieron mantener la sustentabilidad del hábitat y los requerimientos alimentarios de sus pobladores (Martínez y Gándara 2007; Madrid 2009). Durante el periodo colonial y las fases de construcción de los países que hoy conforman el mapa geopolítico se da una reconfiguración de los territorios agrícolas, de las prácticas de los sistemas productivos, al igual que la distribución, comercialización y consumo de

alimentos. Sin embargo, en este trabajo habremos de enfocarnos más particularmente en el México contemporáneo.

En la década de 1940 se introdujo en países latinoamericanos un nuevo modelo productivo a partir de los llamados «paquetes tecnológicos», promovidos por instituciones financieras internacionales y fortalecidos con las diferentes políticas agrarias (Suquilanda 1996, citado en Madrid 2009). En ese tiempo se invirtió una gran cantidad de recursos para modernizar el campo y se intentó sustituir la agricultura tradicional de autoconsumo por una industrializada, bases de lo que es llamado el modelo económico de sustitución de importaciones (Brenes 1998; Sanderson 1987).

Se promovieron entonces cambios tecnológicos y la mecanización de la agricultura y surgió lo que se conoce como la Revolución verde, periodo caracterizado por la intensificación productiva: obtener más alimento a menor costo a partir del desarrollo tecnológico y de sistemas agrícolas de monocultivos y la mecanización del campo como formas que permitían minimizar los gastos. Derivados de este modelo de desarrollo agrícola emergen los conceptos de agricultura moderna, más identificada como agricultura convencional.

Lo anterior ha tenido consecuencias negativas como la dependencia con respecto al mercado mundial de semillas, agroquímicos y maquinaria; se han desplazado los cultivos de usos múltiples y de autoconsumo por cultivos comerciales para la exportación y, sobre todo, se ha provocado una fuerte degradación ambiental (Gliessman 2000; Martínez y Gándara 2007; Madrid 2009).

Al reconocer estos y otros efectos negativos de la llamada agricultura convencional, durante la década de 1960 se configuran corrientes alternativas y movimientos internacionales como la agricultura orgánica o agricultura ecológica<sup>9</sup> (Wezel y Soldat 2009). Al comienzo, el enfoque de dicho movimiento estaba dirigido principalmente a los problemas ocasionados en el ambiente y la salud por la aplicación de plaguicidas. La etapa de consolidación del movimiento de agricultura orgánica se refiere al periodo de 1960 y 1970, principalmente en los Estados Unidos y Europa (Brenes 1998).

Identificamos la agricultura orgánica como una reacción social e intelectual a la agricultura convencional. Coordina campos de conocimiento técnico y empírico; se fundamenta en la producción de alimentos sanos y económicos, un mejor manejo de los recursos naturales y su disponibilidad

<sup>9</sup> Se utilizan los términos de agricultura orgánica por los anglosajones y agricultura ecológica por los europeos.

en el futuro. En el renglón socioeconómico promueve la autosuficiencia económica —reducir la dependencia de insumos externos— y prioriza las técnicas locales (Källander y Rundgren 2009).

Se reconoce que alrededor de la agricultura orgánica se han desarrollado procesos sociales que estimulan la cohesión social territorial. Así, tenemos las organizaciones de pequeños productores orgánicos que han logrado posicionarse en el mercado mundial en segmentos muy específicos. En los últimos años, pequeños productores mexicanos han aprovechado la creciente demanda de productos orgánicos y responden a esta tendencia global proveniente principalmente de países altamente industrializados (Gómez y Gómez 2004).

En la actualidad este sector de la economía agrícola registra un marcado crecimiento. En México la superficie sembrada de productos orgánicos asciende a 512 246 hectáreas; 169 570 productores se dedican a esta actividad, que genera 245 000 empleos y divisas por 600 millones de dólares (SAGARPA 2015). El cultivo de estos alimentos ocupa más de 54 000 hectáreas, pertenecientes a 20 455 productores de Chiapas, Chihuahua, Ciudad de México, Estado de México, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Tamaulipas y Veracruz. Los principales consumidores de alimentos orgánicos son los Estados Unidos, Canadá, Japón y la Unión Europea (SAGARPA 2015).

Este mercado internacional de productos orgánicos, que mantiene precios por encima de los convencionales, tiene como desventaja su posicionamiento en un número reducido de consumidores de un mercado de exportación,<sup>10</sup> lo cual limita los alcances de la agricultura orgánica por sus beneficios ambientales y sociales. Es por ello que la construcción de mercados locales enfocados a este tipo de agricultura significa la oportunidad de ampliar sus objetivos centrales y romper con el modelo agroalimentario global productivista (McMichael 2014)

Por lo anterior, la agricultura orgánica comienza como un movimiento social pero que al enfocarse en complacer a un mercado internacional se convierte en un organismo que trabaja en la reglamentación y certificación de estos productos destinados principalmente a la exportación. Una perspectiva que se contrapone a la de la agricultura orgánica es la agroecología. La agroecología abarca un conjunto de técnicas productivas e

<sup>10</sup> La apuesta por el sobreprecio en nichos de mercado internacional como el comercio justo y el orgánico no resuelve el problema de la distribución del margen de ganancia, ni la forma en que se establecen para los pequeños productores las reglas del juego que permiten el acceso a estos mercados (véase González, Linck y Moguel 2003).

integra en su visión las dimensiones ambiental, social, económica y política. Otorga valor al manejo de los recursos y del paisaje, la promoción de mercados alternativos, que en su conjunto motivan la participación de múltiples actores, y la acción colectiva de servicios de certificación de pequeños y medianos productores.

Dentro del enfoque de la agroecología se destacan trabajos desarrollados por autores como Altieri (1985), para quien el concepto central es un ecosistema agrícola que exhibe patrones definidos de reciclaje de nutrimentos, regulación de poblaciones, equilibrio dinámico y flujos de energía. Por otro lado, Gliessman (2000) define la agroecología como la aplicación de conceptos y principios ecológicos para el diseño y manejo de agroecosistemas sustentables. Para este mismo autor, una agricultura sustentable ejemplar tendría un mínimo de efectos negativos por contaminantes en el ambiente; la preservación y restauración o el restablecimiento de la fertilidad del suelo; el uso del agua de manera responsable; el uso mínimo de recursos externos; la conservación de la diversidad y la garantía de la igualdad de acceso a prácticas agrícolas apropiadas, conocimiento y tecnología para facilitar el control local de los recursos agrícolas.

En general, los sistemas agroecológicos, buscan conseguir un proceso productivo que resulte en una mayor sustentabilidad agraria; con esto nos referimos a un sistema agrícola que se base en otorgar importancia al conocimiento local sobre el manejo de los recursos naturales, trabajando bajo objetivos como: precios justos, mantener conocimientos y tecnología apropiadas, diversidad de especies en el sistema productivo y autonomía a los productores.

Cuando en este documento hablamos de agroecología o de agricultura responsable nos estamos refiriendo a un proceso que fomenta la mano de obra familiar o rural o periurbana; que utiliza agua limpia y que trata de eliminar el uso y la dependencia de semillas mejoradas, plaguicidas y fertilizantes y que de ese modo busca favorecer la salud de los agricultores, los consumidores y el medio ambiente.

### *Normativa de los productos orgánicos*

El interés de instituciones internacionales por estos procesos productivos está presente desde 1963, cuando la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) y la Organización Mundial de la Salud (OMS) de manera conjunta crearon The Codex Alimentarius

Commission (la Comisión del Código Alimentario), y establecieron las primeras normas armonizadas para asegurar la producción de alimentos sanos; y en 1999, cuando se definieron las directrices de la producción, elaboración, etiquetado y comercialización de alimentos producidos orgánicamente. El código tiene un posicionamiento vanguardista, ya que considera la agricultura orgánica como:

[...] un sistema holístico de gestión de la producción que fomenta y mejora la salud del agroecosistema, y en particular la biodiversidad, los ciclos biológicos, y la actividad biológica del suelo. Hace hincapié en el empleo de prácticas de gestión prefiriéndolas respecto al empleo de insumos externos a la finca, teniendo en cuenta que las condiciones regionales requerirán sistemas adaptados localmente. Esto se consigue empleando, siempre que sea posible, métodos culturales, biológicos y mecánicos, en contraposición al uso de materiales sintéticos, para cumplir cada función específica dentro del sistema (*Codex Alimentarius* 1999:3).

Si bien la participación directa de los países en la definición de normas específicas para la producción orgánica ha sido muy tardía, las organizaciones no gubernamentales han tenido un papel relevante en el marco internacional, a través de la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM, por sus siglas en inglés), fundada en 1972 y conformada por organizaciones o instituciones principalmente de países europeos. Este movimiento internacional ha desarrollado un sistema de garantía puesto a disposición de los gobiernos para reglamentar de manera homogénea las exportaciones. Puede decirse que es, en esa materia, la organización más importante a nivel mundial, ya que se encarga de definir las normas básicas para la producción y el procesamiento de alimentos orgánicos, las cuales se presentan en la cuadro 1.

### *De la certificación orgánica de agencia a la certificación participativa*

En sus etapas iniciales la comercialización de productos orgánicos se realizaba en la esfera local, donde el consumidor podía constatar de forma directa con el productor o a nivel finca el sistema de manejo del cultivo (Gómez et al. 1999). Sin embargo, la relación directa de consumidores en países europeos, en Estados Unidos o en Japón no es evidente cuando se trata de productos agroalimentarios de regiones tropicales (como café, té,

banano, entre otros). Surgió así el interés para los consumidores de cultivos orgánicos en el sentido de garantizar que sus alimentos no provinieran de sistemas intensivos bajo manejo convencional. Los circuitos de comercialización de larga distancia acentúan la necesidad de un sistema de garantía que avale la calidad orgánica.

**Cuadro 1.** Requisitos generales para la producción orgánica según la IFOAM.

	<b>Estándares</b>
Manejo del ecosistema	Deberán tomar medidas para mantener y mejorar el paisaje y estimular la calidad de la biodiversidad.
Conservación de suelo y agua	Deberán tomar medidas apropiadas para prevenir la erosión.
	Se deberá restringir al mínimo la preparación de terrenos a través de la quema de vegetación.
	En la producción de cultivos, deberán retornar nutrientes, materia orgánica y otros recursos extraídos del suelo en la cosecha, a través del reciclaje y la regeneración.
	El pastoreo no deberá degradar la tierra o contaminar los recursos hídricos.
	Se deberán tomar medidas para prevenir o remediar la salinización de suelo y agua.
	No deberán agotar ni explotar los recursos hídricos.
	Deberán preservar la calidad del agua.
Ingeniería genética	Si es posible, deberán reciclar agua de lluvia o monitorear la extracción de agua.
	Se prohíbe el uso de organismos provenientes de la ingeniería genética o sus derivados: animales, semillas, material de propagación, insumos agrícolas, acondicionadores de suelo, vacunas o materiales para la protección de cultivos.
Cosecha de productos silvestres y manejo de tierras comunes o públicas	Los productos silvestres deberán provenir de un medio ambiente estable y sustentable, no deben extraerlos a una tasa que exceda su rendimiento de regeneración.
	Los operadores* deberán cosechar productos únicamente del área definida.
	El área de recolección deberá estar alejada de áreas de contaminación.
Elección de cultivos y variedades	Los operados deberán usar materia vegetal y semillas orgánicas de variedades y calidad apropiadas. Cuando no exista posibilidad de materia vegetal orgánica se podrá usar materia vegetal convencional.
Diversidad en la producción de cultivo	Es necesaria la rotación de cultivos y la variedad de plantas.

	Estándares
Fertilidad del suelo y fertilización	La base del programa de fertilidad deberá estar constituida por materiales de origen microbiano, vegetal o animal.
Manejo de plagas, enfermedades y malezas	El operador deberá manejar la presión de insectos, malezas y enfermedades, manteniendo o incrementando la materia orgánica en el suelo, la fertilidad, la actividad microbiológica, en general, la salud del suelo.
Control de la contaminación	El operador deberá utilizar medidas para evitar cualquier contaminación potencial y limitar los contaminantes en los productos orgánicos.

**Fuente:** Elaboración propia con base en normas de la IFOAM.

\*Operador: individuo o empresa que tiene la responsabilidad de asegurar que los productos cumplan los requisitos de certificación. Elaboración propia con base en las Normas de la IFOAM para la producción y el procesamiento de orgánicos (IFOAM, 2007).

En este sentido, la IFOAM y las agencias certificadoras afinaron los procedimientos que facilitaron el mercado orgánico internacional. Una tarea fundamental en este sentido fue el establecimiento de acuerdos de equivalencia para que los productos orgánicos cuenten con la certificación de un organismo de control registrado<sup>11</sup> que tenga validez en aquellos países con los que se suscriben los acuerdos. La participación de leyes específicas para la agricultura orgánica por parte de los países consumidores, especialmente europeos o de Estados Unidos o de Japón, se concretaría mucho más tarde.<sup>12</sup>

Las agencias certificadoras tienen su origen fundamentalmente en los países económicamente desarrollados y desde allí se establecen las normas y los procedimientos que habrán de llevar al otorgamiento de un sello orgánico reconocido por los consumidores. La complejidad del proceso de certificación orgánica representa un costo que, de una manera u otra, es asumido por el productor y se refleja en el precio final al consumidor.

El modelo desarrollado mundialmente para la certificación orgánica se consolida bajo el principio de una certificación por tercera parte, que rompe con la visión inicial que caracterizó a un buen número de agencias que dominan este sector. Se concreta la norma y el proceso de inspección deja de darse en un ambiente de confianza y aprendizaje para los

<sup>11</sup> Más comúnmente conocida como agencia certificadora.

<sup>12</sup> Normas Orgánicas Nacionales de los Estados Unidos (USDA-NOS, por sus siglas en inglés) en 2002, Reglamento 2092/91 de la Comunidad Europea en 1991 y Japanese Agriculture Standards (JAS) en 2001.



productores orgánicos, dando paso a la estrategia de *check-list* como la modalidad a seguir durante las inspecciones.

Como cualquier otro producto que se diferencia por una calidad específica vía la certificación, la producción orgánica va a beneficiarse al entrar en el mercado con un sobreprecio. No obstante, detrás de esta ventaja están los elevados costos que esto representa para el productor, por conceptos tales como el establecimiento de las prácticas orgánicas, el incremento de mano de obra, los costos de la inspección y de la certificación (Soto 1998; Gómez et al. 1999; Sligh y Christman 2003; González y Nigh 2005).

Por otro lado, y no menos importante, está la situación que enfrentan los consumidores. El interés y el derecho de tener una alimentación sana, libre de agroquímicos, bajo técnicas agrícolas que preserven la calidad ambiental, parecen estar condicionados a pagar un precio adicional. Este hecho en sí significa una condición de exclusión para los consumidores que no tienen el ingreso suficiente para acceder a los alimentos orgánicos.

Ciertamente, el sistema de certificación por tercera parte a través de las agencias ha dado respuesta al mercado internacional; sin embargo, parece haberse alejado de las realidades de los mercados locales y del derecho de los grupos sociales a una alimentación sana. Estas consideraciones son la base de posiciones opuestas a este orden establecido, que promueven procesos alternativos de certificación.

Indudablemente, la producción orgánica certificada por agencias ocupa el liderazgo en cifras de volumen y valor de negocio. En la actualidad México se ubica como cuarto productor mundial de alimentos orgánicos con una superficie cercana a 169 000 hectáreas; los estados de Oaxaca, Chiapas y Michoacán concentran casi 50 % de la superficie destinada a esta actividad (SAGARPA 2016). El Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP) comunicó que en 2015 las exportaciones mexicanas de este tipo de productos alcanzaron los 136 millones de dólares (SAGARPA 2016).

En paralelo a esta producción existe un importante comercio (no cuantificado de la misma manera) de alimentos orgánicos en mercados regionales. En países europeos de altos ingresos estos productos han llegado a desarrollar sellos distintivos, no adheridos necesariamente a lo orgánico pero que sí ponderan su calidad territorial. En países en desarrollo, como en el caso de México, no suele ocurrir así.

Sin embargo, la producción orgánica de mercados locales tiende a adaptarse mejor a la certificación participativa que en principio representa un modelo no dependiente de controles externos. A diferencia de

la certificación por agencia, presenta normas, principios y métodos de evaluación con base en las características regionales y la participación de diferentes actores sociales. Se dirige a productores y procesadores de pequeña escala, individuales, familiares o pequeños grupos organizados que destinan su producción principalmente al autoabasto, al mercado local, regional y en algunas ocasiones nacional (Lernoud y Fonseca 2004).

El surgimiento de la certificación participativa (CP) como una innovación social en la que confluyen distintos actores con el interés fundamental de producir alimentos orgánicos para su consumo local posiciona a los actores fuera de la lógica de la máxima ganancia. No solo cumple el propósito de verificar y certificar a productores orgánicos, sino que también los apoya en el mantenimiento y la innovación de la producción orgánica y aproxima a consumidores con productores, en el afán de generar un consumo de alimentos sanos a precios razonables, y normalmente incluye un proceso educativo y social (Gómez et al. 2004; Nelson et al. 2009).

En el contexto de los circuitos cortos de comercialización, tales como los mercados o tianguis locales, existe mayor promoción del método de CP. Se espera que este sistema alternativo evite el alto costo de la certificación por agencia y al mismo tiempo sea capaz de desencadenar procesos locales de autogestión y de confianza a partir de una sociedad organizada (Lernoud y Fonseca 2004; Gómez y Gómez 2004).

Aun así, para que la CP sea una garantía reconocida es requisito que de alguna manera trabaje bajo principios o normas desarrollados en la producción orgánica, principalmente los promovidos por la IFOAM (Lernoud y Fonseca 2004). En el caso de la CP, los actores que conforman este movimiento alternativo pueden colaborar en la creación de leyes y normas que sean comprendidas, aceptadas y usadas tanto en el sector privado como en lo público (Källander y Rundgren 2009).

Entonces, en este estudio entendemos por certificación participativa un proceso colectivo en el que intervienen productores, consumidores y otros actores involucrados en el circuito corto de comercialización, tales como investigadores, voluntariado, comerciantes establecidos y otros. Se caracteriza por contar con relaciones de proximidad basadas en la confianza y la coincidencia de intereses por la salud de productores y consumidores, al igual que en valores éticos de solidaridad y conservación de los recursos naturales. Asimismo, se orienta en específico a pequeños productores y grupos familiares de agricultores que destinan al menos una parte de su producción al mercado.

### **San Cristóbal de Las Casas: entre la tradición y la construcción de lo alternativo**

Esta investigación se basa en la experiencia de un tianguis o mercado local en San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, fundado en 2005. Este municipio se ubica en la región de los Altos, en el altiplano central. Dos tercios de la superficie municipal es montañosa. El este lo ocupa un amplio valle. Sus coordenadas geográficas son 16°44' norte y 92°38' oeste. Con una extensión territorial de 484 km<sup>2</sup>, una altitud de 2 120 metros sobre el nivel del mar y una población, en 2015, de 206 482 habitantes.

El valle de Jovel, nombre original de San Cristóbal de Las Casas, forma parte de un sistema cárstico marcado por un paisaje de humedales y el flujo de diversos arroyos de cauce permanente. Estas características y la mala planificación urbana hicieron que la ciudad sufriera recurrentes inundaciones en época de lluvias. Para evitar esta situación, en 1976 se construyó, en la parte suroeste de la ciudad, lo que se conoce como el Túnel. Aprovechando un resumidero natural en la zona, se encauzaron allí los drenajes pluviales y domésticos de la ciudad. Esta obra ingenieril resolvió el problema de las inundaciones; sin embargo, aceleró al mismo tiempo el proceso de drenaje de los humedales del valle, sistema biótico regulador del microclima urbano.

El Túnel desemboca fuera del valle de Jovel, hacia la región de la Depresión Central, en las rancherías Pozo Colorado y El Duraznal, terrenos del mismo municipio. En esta zona ha sido puesto en marcha un intenso sistema de riego por derivación y aspersión para el cultivo de hortalizas y floricultura. Estos productos se comercializan principalmente en los mercados de la ciudad y en Tuxtla Gutiérrez, capital del estado. El uso de aguas residuales en la producción de alimentos es un tema que conoce la ciudadanía en general, pero parece no ser lo suficientemente fuerte o evidente como para hacer que las autoridades actúen y establezcan medidas correctivas de saneamiento del recurso hídrico.

A la par del uso de aguas residuales, la horticultura de esta zona utiliza agroquímicos para el control de plagas y enfermedades. El uso de fertilizantes químicos es también una práctica habitual. El tipo de propiedad de la tierra es privado, de pequeñas parcelas cuyos dueños son generalmente agricultores de los municipios de Chamula y Zinacantán, que han logrado extender sus dominios y reproducir los sistemas productivos característicos de sus respectivas regiones; es decir, hortalizas de San Juan Chamula y floricultura de Zinacantán. Se utiliza mano de obra contratada en la que

intervienen adultos, jóvenes y niños. Un simple recorrido por las veredas<sup>13</sup> de la zona de riego permite ver los desechos de agroquímicos y los daños en la piel de los trabajadores (Ballinas 2007).

## Metodología

Los resultados que presentamos tienen su origen en el trabajo de campo<sup>14</sup> de la primera autora de este texto para la obtención del grado de maestría (2008-2010) y en el acompañamiento de la segunda, como parte del equipo promotor inicial del colectivo tianguis Comida Sana y Cercana. Se utilizaron las técnicas de observación etnográfica de tipo participativo, con la sistematización de las relatorías durante las reuniones del colectivo, 21 entrevistas, registro fotográfico y audiovisual de distintas actividades y acceso a los documentos de sistematización de la experiencia del tianguis.<sup>15</sup>

La investigación participativa estuvo orientada a acompañar la fase operacional de un proceso de certificación definido en forma colectiva. El método consistió en realizar visitas a los productores y levantar un censo sobre los cultivos que permitiera estimar su capacidad productiva y, en consecuencia, los productos y volúmenes a comercializar en el tianguis. Durante el periodo enero-agosto de 2009 se visitó a 11 productores y un total de 20 parcelas de producción de hortalizas para el tianguis. En los recorridos se hicieron entrevistas informales sobre el manejo y las técnicas productivas. De esto resultó la caracterización de los productores y la descripción del manejo de recursos en sus parcelas.

## De canasta orgánica a red de productores y consumidores responsables

El proyecto alternativo de comercialización de productos locales comienza a concebirse a inicios de 2005 con el cuestionamiento sobre los productos agrícolas que se consumían en las familias de un grupo de cuatro mujeres profesionistas y madres de familia. El caso es que mientras ellas promovían

<sup>13</sup> Los recorridos de campo en esta zona de riego se han realizado desde 2002, observando los cultivos en campo en diferentes temporadas.

<sup>14</sup> Trabajo de campo realizado durante 2009 para la tesis de maestría de la primera autora de este capítulo.

<sup>15</sup> Documento interno realizado por Verónica Melgoza en 2009, contratada para este propósito por el equipo promotor.

una producción sana y sustentable, consumían alimentos que procedían del área de riego con aguas residuales de la ciudad.

Para echar a andar la iniciativa se realizaron recorridos en el área rural del municipio en busca del vínculo con productores que contaran con manantiales cercanos a sus parcelas. Para conformar el esquema de comercialización, las cuatro iniciadoras exploraron diferentes métodos, entre ellos el de la Granja Orgánica en la Ciudad México, creada en 1994, la cual promueve la organización comunitaria y actúa como facilitadora de enlace y punto de venta de productos orgánicos, además de ofrecer asesoría y acompañamiento para la conversión al manejo agroecológico de agricultores que producen de manera convencional.<sup>16</sup> Otra experiencia que sirvió de modelo fue la desarrollada por el Tianguis Orgánico establecido en la Universidad Autónoma Chapingo, que había empezado bajo el modelo de pedido adelantado y entrega de canastas dentro del campus.

El equipo promotor consideró fundamental establecer un mecanismo de comercialización que no requiriera una inversión importante. Fue en julio de 2005 cuando inició operaciones la Canasta Orgánica con el sistema de entrega de pedido adelantado, solicitando a las familias consumidoras de nuevo ingreso una pequeña cuota de inscripción a fin de generar un pequeño fondo de operaciones.

Los productores con quienes funcionó inicialmente la Canasta Orgánica fueron: una pareja de agricultores que tienen sus terrenos en el Huitepec, que producen bajo prácticas de la agricultura orgánica pero que vendían sin ninguna distinción en el mercado local y en tiendas de autoservicio, y una mujer indígena reconocida por producir de manera tradicional y comercializar en el mercado local. Se visitó a otros dos productores, pero el mecanismo comercial de la Canasta Orgánica no fue atractivo para ellos.

El esquema de llenado de canastas consistía en realizar el pedido a partir de una lista de hortalizas de temporada según la disponibilidad en las parcelas de los dos productores contactados. Cada sábado, con ayuda de voluntarios, el equipo promotor se repartía el trabajo de recoger o recibir el producto y armar el pedido en las canastas. En este esquema de trabajo no se promovía la relación directa entre productores y consumidores; el proceso de venta se realizaba por medio de internet o por contacto personal en el centro de entrega de canastas. Eran solo las promotoras quienes verificaban y asesoraban en campo el proceso productivo de las hortalizas.

<sup>16</sup>Dana, A.C., en <<http://www.thegreencorner.org/alimentación/112-dana-ac>>.

La difusión de la iniciativa se dio mediante amigos y conocidos. Entre julio y diciembre de 2005 el número de familias pasó de siete a treinta, lo cual saturó de trabajo a las integrantes del equipo promotor y eso provocó pérdidas económicas por los malos entendidos en los pedidos y porque no había tiempo suficiente para realizar las visitas a las parcelas.

En 2006, el festejo anual del 3 de mayo en el manantial<sup>17</sup> u ojo de agua que abastece del líquido las parcelas del productor de el Huitepec —uno de los principales proveedores de productos frescos— fue también la ocasión para realizar el primer encuentro entre consumidores y productores integrantes de la Canasta Orgánica. A finales del 2006, el trabajo del equipo había aumentado al doble y el ingreso de una nueva promotora permitió crear un vínculo con la REDAC, que comenzaba a concentrarse alrededor de experiencias de tianguis locales a nivel nacional cuyos agentes organizadores y su sede estaban en la Universidad Autónoma Chapingo.

A principios de 2007 se habían incorporado nuevos productores y también nuevos consumidores. El aumento de trabajo generó modificaciones en la estructura del proyecto, necesarias para su continuidad. La reestructuración del esquema comercial tenía la intención de abrir la participación de más actores en la toma de decisiones y la comercialización directa entre productor y consumidor. Otro evento fue el cambio de sede, que les permitió contar con un espacio para abrir las puertas al público y pasar de la Canasta Orgánica a comercializar en la modalidad de tianguis.

En esta nueva sede<sup>18</sup> comienzan a realizarse talleres de concientización y capacitación dirigidos a consumidores y productores. El mecanismo de comercialización directa entre productores y consumidores da paso a la redefinición de reglas. Así se establece que los productores deben contribuir con una cuota, dependiendo del tamaño de la mesa donde ofrecen sus productos, que va de veinte a treinta pesos.<sup>19</sup> Estos recursos sirven para cubrir gastos operativos (renta de local y administración). Si bien el número de consumidores creció y en principio se aprecia como algo positivo, esto mismo acentúa las deficiencias para cubrir las necesidades

<sup>17</sup> En los festejos tradicionales católicos en México el del 3 de mayo es uno de los más vivos. Se realizan ofrendas de oración y alimentos en los lugares abastecedores de agua, ya sean pozos o manantiales. Su celebración se remonta a tiempos prehispánicos.

<sup>18</sup> El establecimiento del espacio físico del tianguis ha tenido que pasar por varios inmuebles. No ha sido algo voluntario, sino en función de la renta del local o la disponibilidad.

<sup>19</sup> Por cuestiones inflacionarias anotamos que el tipo cambiario en ese momento era de aproximadamente 14 pesos por un dólar estadounidense.

como: acompañamiento a productores, búsqueda de financiamiento y tiempo para la organización de eventos, reuniones y difusión, entre otros.

En 2008, a la par de la reubicación, la iniciativa toma aire para sus actividades apoyada por el financiamiento que recibe como miembro de la REDAC y de Heifer,<sup>20</sup> una organización internacional. En este periodo de financiamiento —durante todo 2008— se pudo contratar un técnico para dar asesoría a los productores y se organizó un recorrido por las parcelas periurbanas,<sup>21</sup> lo cual motivó la idea de iniciar el proceso de certificación participativa.

El tercer aniversario del tianguis Comida Sana y Cercana<sup>22</sup> se celebró en el espacio público facilitado por las autoridades municipales en el Centro Cultural de El Carmen.<sup>23</sup> Este evento trascendió tanto por la celebración misma como por la dinámica organizativa del colectivo puesta en marcha. Para la organización del festejo se formaron comisiones cuyo funcionamiento habría de permanecer y facilitar la operación de las actividades habituales, tales como: finanzas, limpieza, difusión, realización de eventos y periódico mural. De manera muy particular el tianguis de San Cristóbal ha buscado desde sus inicios mantener su autonomía y para ello debe cubrir sus gastos fijos. Sin embargo, las altas rentas dificultan su permanencia en un solo lugar.<sup>24</sup> Esta preocupación justificó la creación de una comisión más dedicada a la búsqueda —casi permanente— de un espacio físico.

A la par de la consolidación de los tianguis, la REDAC adquiere mayor formalidad como plataforma de articulación. En el mismo 2008 se firma el acta constitutiva para dar personalidad jurídica a la REDAC como asociación civil. Este acto dará la oportunidad de negociar diferentes apoyos provenientes tanto de ONG como de instancias de gobierno, los cuales sirvieron para fortalecer los tianguis integrados en la REDAC. Sin duda,

<sup>20</sup> Heifer Internacional tiene la misión de trabajar con las comunidades para darle fin a la hambruna y a la pobreza y cuidar la Tierra <<http://www.heifer.org/about-heifer/index.html>>.

<sup>21</sup> En este recorrido participaron: un productor del tianguis de Guadalajara e investigadores de la Universidad Autónoma Chapingo, quienes al mismo tiempo son miembros de la REDAC.

<sup>22</sup> Corresponde al primer aniversario en la modalidad de tianguis.

<sup>23</sup> Participaron como invitados productores de otros tianguis (Estado de México y Oaxaca) y se animó el evento con música y la rifa de productos donados por los productores del tianguis.

<sup>24</sup> Entre 2009 y 2016 sucedieron otros cambios de domicilio del tianguis, lo que sin duda ha mermado el seguimiento de los talleres dirigidos a los consumidores.

este involucramiento significó un incremento de las responsabilidades del equipo promotor.

En lo referente al espacio, instituciones gubernamentales han ofrecido algunos, pero el colectivo ha preferido continuar con su autonomía. Durante esta etapa que puede considerarse de consolidación dio inicio igualmente el proceso para la construcción de un reglamento interno, con apartados específicos con respecto a los requisitos para los nuevos integrantes y la certificación a los productores y procesadores. A la par de la definición de las reglas se pone en marcha la primera experiencia que dio paso a la certificación participativa.

### **El inicio de una experiencia de certificación participativa**

La integración al equipo promotor de una voluntaria interesada en coordinar el trabajo con los productores bajo un enfoque agroecológico, en 2009, facilitó el inicio del primer ejercicio de certificación participativa. Al tratarse de una nueva integrante, visitó todas las parcelas de los productores de hortalizas. Su estrategia de trabajo fue convocar a reuniones para conocer a los productores y crear un ambiente de comunicación entre ellos.

Es necesario decir que, en gran medida, estas visitas se organizaron en respuesta a una preocupación de los productores en el sentido de eliminar el riesgo de fraudes por la inclusión de productos ajenos a sus parcelas. Se partió de una visita de reconocimiento a todos los productores. Posteriormente, se les convocó a una reunión en la que, entre el grupo, surgió la propuesta de contar con un sistema de listas a fin de verificar que los productos/cultivos encontrados en las parcelas correspondieran con lo ofertado en el tianguis.

Al comienzo, las listas eran levantadas solo por la promotora voluntaria, pero para ser más incluyentes y participativos se promovió que las visitas de verificación fueran realizadas por los mismos productores, pensando en el fortalecimiento de lazos de confianza entre ellos. Se formó un grupo de cinco productores, pero como no contaban con un transporte para los recorridos, se optó por invitar a esta actividad a consumidores que pudieran brindar el apoyo con sus vehículos. La respuesta dio resultado y se incorporaron cuatro consumidores interesados. Se integraron grupos de trabajo conformados por un productor, un procesador y un consumidor. Se brindó capacitación básica a los grupos de trabajo para realizar la verificación en campo. Durante el periodo de junio-agosto de



2009, cada dos semanas se hicieron visitas a nueve parcelas ubicadas en la periferia urbana de San Cristóbal, en un grupo de cinco procesadores y cuatro consumidores que hicieron verificaciones.

Una primera etapa fue la verificación en campo (los viernes antes del tianguis), que consistió en constatar en las parcelas los productos que serían llevados al tianguis y registrarlos en los formatos proporcionados por la promotora-voluntaria. Los datos de registro general fueron: lugar, parcela, nombre del productor, fecha y, sobre todo, las cantidades que llevaría al tianguis durante las siguientes dos semanas de cada una de las hortalizas cultivadas.

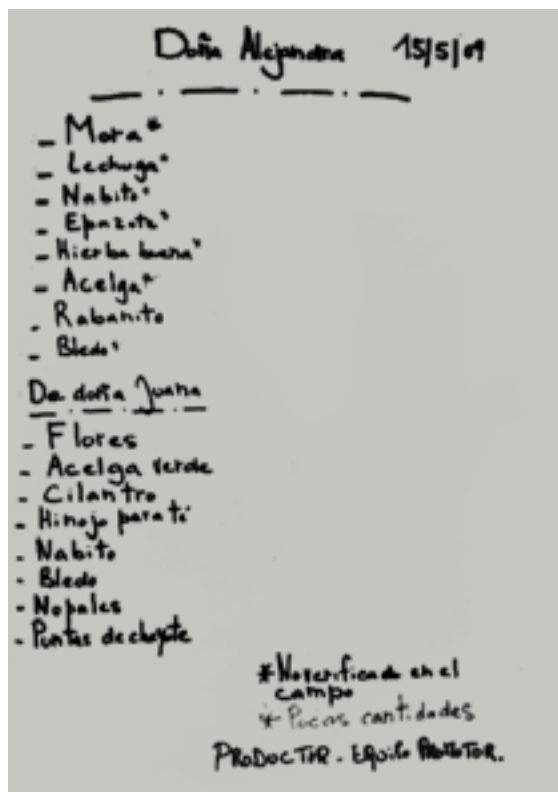
En una segunda etapa, durante la mañana del sábado, antes de que el tianguis abriera al público, se confirmaba que los productos anotados en la lista fueran los presentados en la mesa de venta. La información se colocaba a la vista de los consumidores. Si en algún momento el grupo verificador encontraba producto(s) no verificado(s) en campo, en la lista dirigida al consumidor se anotaba un asterisco con la leyenda de «producto no verificado en campo».

El mecanismo de levantamiento de estas listas permitió durante este tiempo evitar la entrada de hortalizas convencionales y promovió la participación y el compromiso de los productores, que debían estar presentes durante el recorrido para tomar los datos. Este sistema favoreció un conocimiento más personal y generó un ambiente de mayor confianza entre productores y consumidores.

Todos los productores participaron haciendo el recorrido por lo menos en una ocasión. Después de tres meses de aplicación de este sistema de certificación participativa se hizo una reunión de evaluación, en la que se discutieron las diferencias entre productores y la necesidad de continuar con las listas, pero con espacio de tres semanas. Desafortunadamente, la exigencia de tiempo y esfuerzo desgastó el proceso; los consumidores fueron los primeros en abandonar y poco a poco dejaron de participar los productores. Consideramos que la falta de involucramiento de los consumidores en la verificación fue el factor más decisivo del abandono.

Después de esta primera experiencia, un grupo de académicos convocó a productores, consumidores y expertos en agroecología a establecer normas y procedimientos que dieran sentido al trabajo ya realizado. Esto permitiría validar la calidad orgánica de los alimentos ofertados en el tianguis, garantizando que las hortalizas cumplieran cabalmente con ser limpias, sanas y cercanas.

Figura 1. Foto de una lista de verificación utilizada en el programa de visitas a productores primarios de la iniciativa Comida Sana y Cercana.

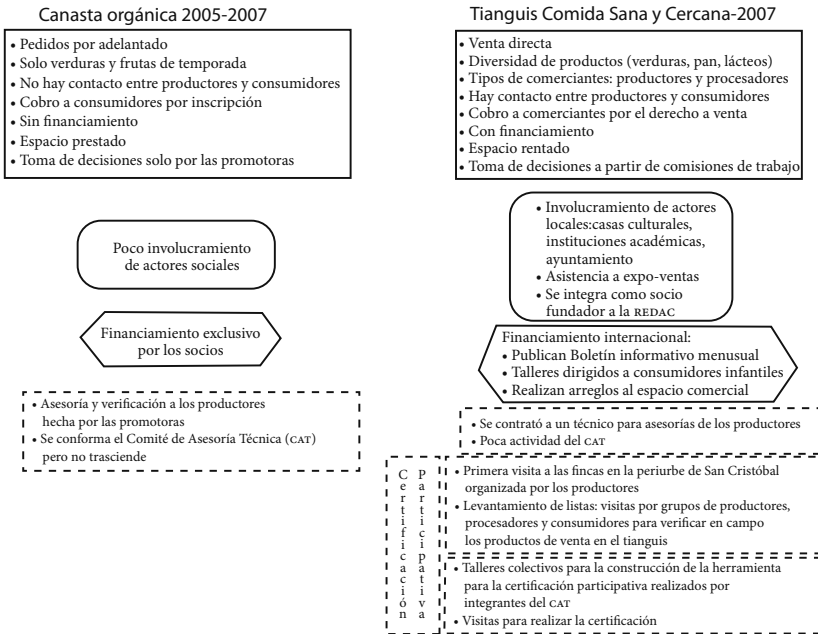


Fuente: Carolina Reyes.

Los talleres de trabajo que se realizaron dieron como resultado normas de verificación basadas en propuestas para la certificación orgánica, pero adecuadas a las condiciones particulares de la región. Desde que se cuenta con estas normas se han realizado verificaciones a todos los productores y como parte del proceso tienen capacitación y sugerencias para mejorar el manejo y la producción de su respectiva parcela. En el 2012 se entregaron certificados a algunos productores del tianguis.<sup>25</sup> La figura 2 esquematiza la evolución que hemos descrito en esta sección.

<sup>25</sup> En <<http://redcomidasanaycercana.codigosur.net/certificacion-participativa?page=1>> [consulta: 12/2015].

**Figura 2.** Esquema del desenvolvimiento de la iniciativa Comida Sana y Cercana de San Cristóbal de Las Casas.



**Fuente:** Reyes y González 2017.

La certificación participativa se plantea como una forma contestataria a la certificación por tercera parte; sin embargo, su operacionalización aún no es del todo evidente. Las experiencias de Comida Sana y Cercana muestran cómo sigue siendo complicado mantener el interés y la participación de consumidores y productores. Los riesgos de fraude en la calidad de los alimentos son una realidad que va más allá del mecanismo de inspección o verificación; la presión social entre los próximos parece ser la vía más segura para resolver esta vulnerabilidad. La voluntad de mantenerse como iniciativas ciudadanas ajenas a efímeras posturas políticas también representa un alto costo social y económico para los tianguis y mercados orgánicos. Todo esto demuestra la urgente necesidad de identificar nuevas formas de asegurar alimentos sanos y accesibles en los mercados locales, regionales y a nivel nacional.

## Caracterización de los productores del tianguis

Los productores del tianguis se desempeñan principalmente bajo fundamentos de la agricultura orgánica de una manera experimental. Sin embargo, muestran grandes diferencias con respecto a su evolución. Utilizando como base los criterios de evaluación de la IFOAM (cuadro 1) se realizó el análisis de los procesos de los agricultores del tianguis. El estudio consideró cinco criterios de diagnóstico que permitieron identificar los avances de las prácticas agroecológicas de los productores vinculados al tianguis: 1) conservación de suelo, 2) fertilidad del suelo, 3) recurso hídrico, 4) diversidad y 5) salud del cultivo.

El grupo de los casos estudiados para este trabajo en el marco de la experiencia del tianguis está compuesto por un total de 11 productores: siete varones (seis son mestizos y un extranjero nacionalizado) y cuatro productoras (dos indígenas y dos mestizas). Casi la mitad cuenta con más de una parcela. En total son 20 parcelas, las cuales fueron visitadas durante 2009. Los datos así obtenidos son sistematizados en los cuadros 2 y 3, que sirven de base para hacer el siguiente análisis, cuyas cifras se expresan en porcentaje a fin de dar un reflejo de las tendencias en este tipo de sistemas productivos.

De manera complementaria, la figura 3 representa la ubicación geográfica de los productores; siete de ellos están ubicados en la norte de la ciudad de San Cristóbal —algunos dentro del área urbana y otros en el cerro del Huitepec—. El resto tienen sus parcelas en el municipio de Teopisca, a 30 km de San Cristóbal de Las Casas (véase figura 3).

Los productores de quienes hicimos el seguimiento en campo y que forman parte del análisis aquí presentado son lo que se denomina productores primarios, ya que no realizan ningún tipo de procesamiento para la venta. Quedaron fuera del estudio quienes comercializan productos procesados y tenemos que ellos constituyen otro punto crítico en el análisis de la iniciativa.

El 55 % de los productores cultivan básicamente durante la época de lluvia (mayo-octubre). Este grupo produce a pequeña escala, principalmente para el autoconsumo; aprovechan los recursos naturales disponibles de la región: agua de manantiales y de lluvia; cultivan frutas, aprovechan tubérculos silvestres comestibles y plantas medicinales; preparan abonos utilizando los recursos locales (hojarasca del bosque, estiércol de animales de granja y restos de cosecha). El 45 % restante son productores que participan en el tianguis todo el año; por lo tanto, enfrentan dificultades ligadas

**Cuadro 2.** Datos generales del grupo de productores de los casos estudiados.

Ubicación	Productor (a)		No. de parcela	Nombre	Sup. aprox. (m²)	Años sin uso de productos sintéticos	
San Cristóbal de Las Casas	1	Nacional	1	Huerto Las Delicias	2 500	11	
	2	Extranjero	2	Huerto Semillas Esquipulas	2 100	—	
El Huitepec (periurbano)	3	Indígena	3	Hortalizas Limpias	1000	—	
	4	Mestiza	4	S/N	800	—	
			5		800	—	
	5	Indígena	6	Verduras El Huitepec		5	
			7				
			8				
	6	Mestizo	9	Vegetales Orgánicos	10 000	—	
			10		1250	—	
	San Juan Chamula	7	Indígena	11	Natilslenlej	1250	10
				12	S/N		
13				S/N			
14				Turashotik	90		
Teopisca	8	Mestizo	15	Rancho las Buganvilias	50 000	5	
	9	Mestizo	16	S/N	1250	7	
			17		7500	7	
			18		60 000	—	
	10	Mestizo	19	Rancho La Merced	1250	4	
	11	Indígena	20	S/N	2550	25	

**Fuente:** Elaboración propia con datos de campo de Carolina Reyes.

**Cuadro 3.** Caracterización de los productores primarios del tianguis Comida Sana y Cercana.

Participación en el tianguis	Origen	Productor	Mano de obra	Producción	Frescos	Procesados	Verificación	Diversificación comercial
Todo el año	Periurbano	3	Familiar y asalariados	Conocimiento tradicional. Capacitación por parte del tianguis. Intercambio entre campesinos	Hortalizas, flores, fruta,	x	Equipo promotor, levantamiento de listas	Tianguis, mercado municipal, asalariado
		5	Familiar			x		
		6	Familiar y asalariados			conejo asado		Tianguis, mercado municipal, mercado en Tuxtla, venta animales de granja
	Periurbano	2	Asalariados, voluntarios	Formación académica. Intercambio entre campesinos	Hortalizas, flores, fruta, procesados	pan	Equipo promotor, levantamiento de listas	Tianguis, tienda local, asalariado
	Teopisca	9	Familiar y asalariados	Conocimiento tradicional, capacitaciones por ONG. Intercambio entre campesinos	Fruta de temporada	torcillas	Equipo promotor	Tianguis, mercado regional, venta animales de granja
Temporada (jun-oct)	Chamula	4	Familiar	Conocimiento tradicional	Hortalizas, flores, fruta	x	Equipo promotor, levantamiento de listas	Tianguis, asalariado

Participación en el tianguis	Origen	Productor	Mano de obra	Producción	Frescos	Procesados	Verificación	Diversificación comercial
	Periurbano	7						
	Urbano	1	Familiar y asalariados	Intercambio entre campesinos	Fruta	x	Equipo promotor	Tianguis, asalariado
	Teopisca	8	Familiar, asalariados y voluntarios	Conocimiento tradicional, capacitaciones por ONG y por parte del tianguis. Intercambio entre campesinos.	Hortalizas, flores, fruta,	aceite de aguacate	Equipo promotor	Tianguis, mercado regional, tienda local, animales de granja
		10		Capacitación por parte de ONG y asesoría del tianguis	Jitomate	x		Tianguis, mercado municipal, asalariado
		11	Familiar	Conocimiento tradicional, capacitaciones por ONG y por parte del tianguis. Intercambio entre campesinos.	Cebollas	x		

**Fuente:** Elaboración propia con datos de campo de Carolina Reyes.

Figura 3. Mapa de ubicación de las parcelas estudiadas.



Fuente: Elaboración: Reyes, 2010 a partir de Google Maps.



al tamaño de la explotación por depender de la contratación de mano de obra; a la compra de grandes cantidades de materia prima para la elaboración de los abonos, y durante la temporada de secas se ven forzados a comprar agua, aumentando con esto los costos de producción. Aun así, los precios de las hortalizas en el tianguis varían muy poco en comparación con los precios de los mercados municipales ya establecidos.

Del total, 73 % son pequeños productores con menos de una hectárea y se caracterizan por utilizar mano de obra familiar para las principales actividades del proceso de producción. Mientras que 27 % cuenta con una hectárea o más, y basan la organización de su proceso productivo en el apoyo de jornaleros y voluntarios.

En términos generales los productores participantes en el tianguis son pequeños y medianos, que poseen áreas bajo sistemas de producción cercanos a la propuesta de manejo orgánico. El 73 % mantiene prácticas tradicionales y sus experiencias de acceso a la capacitación han sido básicamente por el intercambio de conocimientos entre campesinos y a través del tianguis. Del total, solo 36 % han recibido capacitación por parte de alguna ONG local. Cabe señalar que ninguno de los productores entrevistados ha sido capacitado por parte del gobierno.

El 91 % de los productores diversifica sus opciones de comercialización vendiendo sus productos en otros espacios además del tianguis. Del total, 45 % diversifican sus ingresos a partir de la venta de animales de granja y/o alimentos procesados. Y todos los productores obtienen su ingreso fijo proveniente de trabajos alternativos.

En términos de los criterios que aluden al itinerario técnico como evidencia de buenas prácticas agrícolas, presentamos los siguientes resultados. Por lo que respecta al criterio de conservación de suelos, se tomaron en cuenta las prácticas de labranza y se identificó que 45 % de los productores realizan en algunas de sus parcelas labranza mecánica con ayuda de herramientas manuales como pico, azadón o pala. Las prácticas de conservación del suelo son de vital importancia, ya que la mayoría de las parcelas se ubican en pendientes. No obstante, solo 64 % tiene curvas de nivel o terrazas para la conservación del suelo. En total, 91 % utilizan cultivos de cobertura como papa o calabaza y 9 % aprovechan los restos de cultivos o aserrín como mantillo. Todos realizan rotación de cultivos, práctica que incide positivamente en el control de plagas y enfermedades, al igual que en la restitución y el ciclo de nutrientes del suelo. Durante los recorridos en campo se observó que en algunas parcelas la falta de prácticas de conservación de suelo provoca fuertes problemas de erosión.

En lo que concierne a la fertilidad del suelo se estimó la calidad y variedad de los abonos orgánicos utilizados. Los más comunes resultaron ser: composta y lombricomposta. El 45% de los productores obtiene la materia orgánica de los residuos orgánicos generados en la parcela, el hogar, suelo de bosques aledaños y del estiércol de sus animales de granja. Queremos remarcar que 55% compran materia orgánica para cubrir las cantidades necesarias para fertilizar sus parcelas, lo cual eleva los costos de producción. Si bien todos realizan prácticas de composteo, menos de la mitad ha logrado sostener una práctica adecuada, pues implica mantener una temperatura y una humedad adecuadas para el proceso de compostaje y la consecuente destrucción de patógenos; sin embargo, estos parámetros no se cumplen correctamente. Asimismo, se identificó que en algunas ocasiones se utiliza el abono Bocashi, pero su empleo no está muy extendido como abono orgánico foliar porque supone un largo proceso y un alto costo. De estos elementos, consideramos necesario que se realicen talleres de capacitación sobre diversos procesos para elaborar abonos orgánicos y abonos verdes.

Con respecto a la lombricomposta, el tianguis ha donado un cajón a cada productor agrícola para la cría de lombrices de la conocida especie roja californiana (*Eisenia foetida*), la cual se reproduce rápidamente y genera así humus abundante, utilizado como abono orgánico en las parcelas. Esta es una práctica que ha sido muy bien integrada por los productores.

En lo referente al recurso hídrico, se evaluó el origen del agua de riego de las parcelas. El 64% cuenta con cuerpos de agua dentro de sus sitios o muy cercanos a ellos. De este porcentaje, los productores del Huitepec son quienes transportan el recurso desde el manantial hasta la parcela a través de mangueras, mientras que los de Teopisca utilizan canales de riego, lo que significa fuertes pérdidas del recurso hídrico. Solo 36% cuentan con alguna infraestructura de almacenamiento del agua de manantiales y captación de lluvia.

El criterio de diversidad se refiere al número de especies dentro de la parcela, a las prácticas de siembra y al origen del material genético. El 82% cuenta con cercos vivos, árboles frutales, árboles maderables y plantas medicinales. El 91% mantiene cultivos asociados o policultivos y solo 9% una producción de monocultivo de jitomate.

En lo que se refiere al origen del material genético, la mayoría de los productores se han dado a la tarea de obtener semilla directamente en

sus parcelas,<sup>26</sup> pero solo de algunas especies; por lo tanto, todos se han visto en la necesidad de comprar variedades comerciales en tiendas de la ciudad. El 91 % de los productores tienen cultivos característicos de la región como: milpa (policultivo de maíz, frijol, calabaza),<sup>27</sup> habas, quelite bledo, ejotes, tomate de cáscara, espinaca criolla, frijol botil<sup>28</sup> y chayote (*Sechium edule*).

Dentro del criterio de salud del cultivo se registró el manejo de plagas y malezas. El 45 % realiza un manejo manual y utilizan preparaciones líquidas basadas en plantas para su aplicación como foliares. Estas medidas se complementan con el cultivo de flores en sus parcelas como método de control natural de plagas. El otro 45 % se limita al control manual y uso de flores. El restante 10 % hace uso de foliares, flores y productos sintéticos de bajo impacto.

Las prácticas preventivas más comunes para el control de plagas consisten en plantas repelentes como el epazote, tomate de cáscara y algunas especies de brassicáceas, de gran importancia en el consumo local. Los productores expresaron tener conocimiento de la importancia del manejo de policultivos y el uso de flores para el control de plagas. De forma menos representativa, se encontró que dos productores utilizan pesticidas en pequeñas cantidades, moderadamente tóxicos, hasta ahora considerados necesarios. Se observó el uso generalizado de sombra de árboles frutales, principalmente para minimizar el crecimiento de malezas y en un caso se identificó el uso de químicos para la limpieza del terreno. Estos elementos dejan ver que si bien existe una voluntad de hacer un manejo orgánico, aún existen casos en que los productores no disponen de alternativas eficaces para concretarlo.

<sup>26</sup> Cabe resaltar la influencia de nuevas variedades de semillas, tales como: brócoli, acelgas de diferentes colores, ruibarbo, coles, espinaca y arúgula, introducidas en el huerto demostrativo de Ronald Nigh, quien donó a distintos productores del tianguis estas nuevas especies a fin de diversificar la oferta. El objetivo ha sido producir semilla *in situ* como estrategia de soberanía alimentaria.

<sup>27</sup> El manejo de los cultivos en las parcelas se realiza en apego a un complejo y fino calendario que da cuenta de imbricaciones y asociaciones de especies consideradas como hortalizas, medicinales, aromáticas y florales. Es importante también señalar que diversas especies de *Quenopodiáceas*, frecuentemente identificadas como malezas en los sistemas de monocultivo, son apreciadas en la dieta local, por lo cual se manejan como cultivo.

<sup>28</sup> *Phaseolous coccineus*, conocido también en otras regiones como ayocote; es una especie de frijol que necesita un soporte o tutor para su crecimiento. Se consume el grano seco, tierno, flores y meristemos (localmente llamados puntas de guía).

## Consideraciones y reflexiones finales

Los resultados indicaron que se está construyendo una compleja estrategia de comercialización y producción local resultado de la articulación de tres procesos: organizativo, educativo y de concientización. La actividad que incorpora los tres procesos antes mencionados resultó ser la verificación de los cultivos en las parcelas de los productores a través de un simple sistema de listas, cuya principal característica es la de impedir la entrada de productos agrícolas contaminados del área vecina a San Cristóbal de Las Casas, regados con aguas residuales de la ciudad.

Consideramos que el proceso de concientización incluye a consumidores y productores, principalmente del Huitepec. Ha permitido la construcción de espacios y mecanismos de confianza al conocer de forma transparente el proceso productivo, sobre todo de los productos frescos que se venden en el tianguis y la vinculación con consumidores interesados en participar en la verificación de los alimentos que ahí se comercializan.

A esta iniciativa de verificación se suma un proceso educativo a los productores y para el tianguis como una opción de certificación participativa. Cabe decir que este mecanismo resultó ser fácil de aplicar y no demandó mayor capacitación para los consumidores. Pero sus logros estuvieron basados también en la participación de agentes claves en el acompañamiento, quienes también hicieron labores de capacitación a los productores y señalamiento de puntos críticos.

Sin duda, actualmente existe en el tianguis un mecanismo de inspección para la certificación participativa mucho más afinado, dirigido a productores primarios. Lo interesante del seguimiento que aquí reportamos es la capacidad organizativa y la espontaneidad de los grupos sociales para establecer un sistema de inspección que permitió construir confianza entre los diferentes actores dentro del tianguis (productores-productores y productores-consumidores).

Los reportes sobre las prácticas agrícolas dejan ver que existen fuertes problemas para alcanzar el cumplimiento de las normas orgánicas de producción. Sin embargo, los tianguis y mercados locales alternativos conciben la transición hacia la agroecología como un proceso. Esto no quiere decir que no haya reglas y sanciones en su momento, pero estas son un constructo social que responde a realidades locales y no simplemente a la visión estricta de una agencia certificadora por tercera parte.

## Bibliografía

- ALTIERI, MIGUEL A.  
1985 *Agroecología: bases científicas de la agricultura alternativa*, Chile, Centro de Estudios de Tecnologías Apropriadas para América Latina.
- BALLINAS AQUINO, MARÍA LUISA  
2007 *Agua ¿bendita?: significados de la calidad de vida y religión en la comunidad de 'El Duraznal'*, tesis de maestría inédita, ECOSUR, México.
- BRENES, LUIS  
1998 «Marco conceptual de la producción orgánica o amigable al ambiente» en Franklin E. Rosales, Sébastien Tripon y J. Cerna (eds.), *Producción de banano orgánico y/o, ambientalmente amigable*, Memorias del taller internacional realizado en la EARTH, Guácimo, Costa Rica, 27-29 de julio, pp. 15-23.
- CODEx ALIMENTARIUS  
1999 *Alimentos producidos orgánicamente*, en <<http://www.fao.org/3/a1385s/a1385soo.pdf>> [consulta: 22/03/2016].
- DAHLBERG, KENNETH A.  
1990 «The industrial Model and its impact on small farmers: the green revolution as a case», en M. Altieri y S. B. Hecht (eds.), *Agroecology and Small Farm Development*, Boca Raton, Florida, CRC Press, pp. 83-90.
- GLIESSMAN, STEPHEN  
2000 *Agroecology: ecological process in sustainable agriculture*, Michigan, Ann Arbor Press.
- GÓMEZ TOVAR, LAURA Y MANUEL ÁNGEL GÓMEZ CRUZ  
2004 *La agricultura orgánica en México: un ejemplo de incorporación y resistencia a la globalización*, en <<http://www.ibcperu.org/doc/isis/5284.pdf>> [consulta: 19/01/2010].
- GÓMEZ TOVAR, LAURA, MANUEL ÁNGEL GÓMEZ CRUZ Y RITA SCHWENTESIUS RINDERMANN  
1999 *Desafíos de la agricultura orgánica: certificación, comercialización*, México, Mundi-Prensa.
- GÓMEZ TOVAR, LAURA, MANUEL ÁNGEL GÓMEZ CRUZ, AURORA LOBATO GARCÍA Y RITA SCHWENTESIUS RINDERMANN  
2004 «Una certificación diferente: la certificación orgánica participativa» en *Memoria del Taller Internacional de Certificación para la Producción Orgánica*, organizado por la IFOAM del 13 al 17 de abril, Torres, Brasil.

- GONZÁLEZ, ALMA AMALIA, THIERRY LINCK Y REYNA MOGUEL  
2003 «El comercio de valores éticos: Las reglas del juego del café solidario», *Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe*, 75, pp. 31-45.
- GONZÁLEZ, ALMA AMALIA Y RONALD NIGH  
2005 «Smallholder participation and certification of organic farm products in Mexico», *Journal of Rural Studies*, 21(4), pp. 449-460.
- INTERNATIONAL FEDERATION OF ORGANIC AGRICULTURE MOVEMENTS (IFOAM)  
2007 *Normas de IFOAM para la producción y el procesamiento orgánico*, Versión 2005, IFOAM, Alemania, en <<http://somexpro.org/wp-content/uploads/2008/12/ifoam.pdf>> [consulta: 19/01/2010].
- KÄLLANDER, INGER Y GUNNAR RUNDGREN  
2009 «Construyendo sectores orgánicos sustentables», *International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM)*, Alemania.
- LERNOUD, ALBERTO PIPO Y MARÍA FERNANDA FONSECA  
2004 «Taller de Certificación Alternativa para la Producción Orgánica», *Informe Final*, IFOAM y MAEVA, Brasil, en <[www.centroecologico.org.br/certificacao\\_download.pdf](http://www.centroecologico.org.br/certificacao_download.pdf)> [consulta: 19/01/2010].
- MADRID TAMAYO, ANDREA  
2009 «La agricultura orgánica y la agricultura tradicional: una alternativa intercultural», *Revista Letras Verdes*, 4, agosto, en <<http://revistas.flacsoandes.edu.ec/letrasverdes/article/view/844>> [consulta: 19/01/2010].
- MARTÍNEZ SALDAÑA, TOMÁS Y LETICIA GÁNDARA MENDOZA  
2007 «La agricultura sustentable: una opción de desarrollo para la dimensión social de la agricultura», en Alba González Jácome, Silvia del Amo Rodríguez y Francisco D. Gurri García (coords.), *Los nuevos caminos de la agricultura: procesos de conversión y perspectivas*, México, Plaza y Valdés, pp. 147-160.
- McMICHAEL, PHILIP  
2014 «Historicizing food sovereignty», *The Journal of Peasant Studies*, 41(6), pp. 933-957, <<http://dx.doi.org/10.1080/03066150.2013.876999>>
- NELSON, ERIN, RITA SCHWENTESIUS RIDERMANN, LAURA GÓMEZ TOVAR Y MANUEL ÁNGEL GÓMEZ CRUZ  
2007 «Experiencias de la Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos. El nacimiento de un movimiento orgánico local en México», en <<http://tianguisorganicos.org.mx/wp-content/uploads/2012/07/ExperienciasREDAC.pdf>> [consulta: 10/11/2008].

NELSON, ERIN, LAURA GÓMEZ TOVAR, RITA SCHWENTESIUS RIDERMANN Y MANUEL ÁNGEL GÓMEZ CRUZ

2009 «Participatory organic certification in México: an alternative approach to maintaining the integrity of the organic label», *Agricultural and Human Values*, 27, pp. 227-237. <https://doi.org/10.1007/s10460-009-9205-x>.

RIQUER FERNÁNDEZ, FLORINDA

2001 «Mujer, género y pobreza: estado de la discusión en los noventa», en L. Rigoberto Gallardo Gómez y Joaquín Osorio Goicoechea (coords.), *Los rostros de la pobreza. El Debate*, t. 2, México, ITESM/UIA, pp. 195-243.

SANDERSON, STEVE E.

1987 *La transformación de la agricultura mexicana*, México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Grupo Editorial Patria.

SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN (SAGARPA)

2015 «Impulsa el Gobierno Federal la comercialización de productos orgánicos en mercados internacionales», *Prensa Electrónica*, 426, 28 de septiembre, en <<http://www.gob.mx/sagarpa/prensa/impulsa-el-gobierno-federal-la-comercializacion-de-productos-organicos-en-mercados-internacionales>> [consulta: 15/11/2015].

2016 «Avanza México en la producción de alimentos orgánicos certificados», *Prensa Electrónica*, 23 de junio, Ciudad de México, en <<http://www.sagarpa.gob.mx/Delegaciones/distritofederal/boletines/2016/junio/Documents/JACo273-23.PDF>> [consulta: 20/09/2016].

SLIGH, MICHAEL Y CAROLYN CHRISTMAN

2003 *Who Owns Organic? The Global Status, Prospects, and Challenges of a Changing Organic Market*, Rural Advancement Foundation International, Estados Unidos, en <<http://action.rafusa.org/?p=1811>> [consulta: 10/10/2008].

SOTO, GABRIELA

1998 «Normativa nacional e internacional para la producción orgánica y/o ambientalmente amigable del banano, en Franklin E. Rosales, Sébastien Tripon y J. Cerna (eds.), *Producción de banano orgánico y/o, ambientalmente amigable*, Memorias del taller internacional realizado en la EARTH, Guácimo, Costa Rica, 27-29 de julio, pp. 24-39.

SUQUILANDA, MANUEL B.

1996 *Agricultura orgánica: alternativa tecnológica del futuro*, Quito, Ecuador, Fundación para el Desarrollo Agropecuario (FUNDAGRO).

WEZEL, ALEXANDER Y V. SOLDAT

2009 «A quantitative and qualitative historical analysis of the scientific discipline of agroecology», *International Journal of Agricultural Sustainability* 7(1), pp. 3-18.





# ¿Qué dice tu corazón? Alimentación y emociones: la ambigüedad del cuidado de un comedor comunitario<sup>1</sup>

Chloé Barbier<sup>2</sup>

Alma Amalia González Cabañas<sup>3</sup>

Hélène Guétat-Bernard<sup>4</sup>

Los comedores o fondas populares, las ventas ambulantes de alimentos y aun los pequeños puestos en los mercados tradicionales son raramente tomados en cuenta en el debate concerniente a los circuitos cortos de comercialización. Debido a su localización y preponderancia en los países del sur, estas formas de comercialización son frecuentemente rotuladas como «economía popular» o «economía informal». Bajo estas etiquetas se puede disimular a veces el carácter innovador de sus prácticas. Aunque sea de manera implícita, estos circuitos de distribución son también experiencias concretas de relaciones directas entre productores y consumidores. Tal vez estas últimas personas no actúen de una manera reflexiva y comprometida,<sup>5</sup> pero la forma de venta corresponde a las relaciones cara a cara descritas por Hinrichs (2003); es decir: «un mundo caluroso, personalizado y auténtico [...] en total oposición al mundo frío, anónimo y de una cierta violencia de las cadenas largas».

Resultan ser las mujeres quienes están mayormente representadas en estas actividades de proximidad, pero sus participaciones como

<sup>1</sup> La contribución de Barbier y Guétat-Bernard, originalmente escrita en francés, fue traducida al español por Alma Amalia González Cabañas.

<sup>2</sup> Doctorante, LISST, Université de Toulouse, CNRS, EHESS, ENSFEA, UT2J, Francia.

<sup>3</sup> CIMSUR-UNAM.

<sup>4</sup> ENFA- Toulouse- Auzerville.

<sup>5</sup> Respecto al compromiso de los consumidores y su poder político en los circuitos cortos, revisar a manera de ejemplo los trabajos de Dubuisson-Quellier y Lamine (2004).

productoras y cocineras quedan frecuentemente invisibles en la economía, al igual que sus saberes. La dedicación de las mujeres a las tareas del cuidado no es por razones de su naturaleza, aunque debe señalarse que ellas han desarrollado conocimientos específicos a través de sus actividades ligadas a estas formas de convivencia (Molinier, Laugier y Paperman 2009). Por ello, llamar la atención sobre sus roles en la producción y la elaboración de alimentos provenientes de productos locales permite destacar la importancia del trabajo que ellas efectúan. Además, son ellas quienes están «a cargo de la parte más grande del trabajo alimentario» (Fournier et al. 2015:6) y quienes «terminan por ser quienes alimentan las ciudades» (Horvoka, Zeeuw y Njenga 2009:2).

No obstante el aspecto concreto del cuidado y la atención, en la actividad alimentaria no puede disimularse el carácter ontológico de la cocina y su «complejidad emotiva» (Pulcini 2012). A manera de ejemplo, el aspecto emotivo de lo culinario indica que la calidad de la comida puede depender del humor de la persona que cocina. Como lo explica Claude Lévi-Strauss, los alimentos son una gramática: la cadena de pensamientos y las emociones que suscitan constituyen la sintaxis (Pasini 2004:20). Una corriente de pensamiento considera que «alimentar una familia exige cuidado, conexiones, sensibilidad hacia las necesidades de los prójimos, porque la alimentación proporcionada a una familia no puede ser cualquier cosa» Marjorie de Vault (citado en Cairns, Johnston y Baumann 2010). Asimismo, históricamente, la visión mecánica moderna de la sociedad tiende a separar razón y emociones, despreciando y ligando esta última expresión a lo femenino y a lo doméstico.<sup>6</sup>

Este trabajo se propone no desdeñar la dimensión afectiva como fuente del «cuidado otorgado», y busca anteponer el carácter emotivo del don y del cuidado, sin por ello menospreciar el carácter ambiguo y los límites de estas nociones. En efecto, el cuidado con respecto a necesidades universales no resulta menos diverso en sus formas, actividades, sujetos y lugares, dado que «la naturaleza y la satisfacción de las necesidades admiten enormes variaciones culturales» (Laugier 2012:7, 52).

A fin de ilustrar el interés de tal enfoque, nosotras aprehendemos la alimentación como dimensión de la cultura y «marcador identitario» de

<sup>6</sup> Lupton (1996:31), mencionado en Cairns, Johnston y Baumann (2010), explica que «las emociones, como la comida y la alimentación son generalmente consideradas como un atributo encarnado en uno mismo, más que algo incorpóreo, filosóficamente hablando. Igual que los alimentos y las prácticas alimentarias, las emociones son tradicionalmente asociadas con lo femenino, con los desfavorecidos y marginados».

un territorio (Poulain 2002). Desde esta perspectiva, no será fortuito encontrar en este trabajo referencias literarias. Dado que los escritos y el patrimonio cultural —en un sentido amplio— de un país permiten, igual que una encuesta de campo, identificar las sensibilidades y particularidades alimentarias, resulta importante resaltar la relevancia del rol de la alimentación en la identidad culinaria/cultural y territorial.

### **Presentación del estudio de caso. Entre particularismo y holismo**

El vínculo entre cuidados y sentimientos supone concentrarse en lo local, en lo particular (Paperman 2013). Es por ello que nuestro análisis remite a un estudio de caso en una escala microsocia. Se inscribe en el marco de un trabajo de maestría que tiene por terreno de estudio principal La Milpa, un comedor comunitario en San Cristóbal de Las Casas, Chiapas. La dimensión colectiva, eje de esta iniciativa, ha sido el objeto de numerosas reflexiones. Esto nos ha permitido poner como punto culminante las diferentes significaciones y problemáticas ligadas al término «comunitario». Además, no obstante que La Milpa haya cerrado sus puertas al concluir la investigación que hemos realizado, representa, como forma de restauración<sup>7</sup> «innovadora», el fruto de varias experimentaciones y de un largo proceso. La Milpa se conformó por varias mujeres provenientes de diversas familias, por lo que nos ha parecido oportuno cruzar el análisis de las relaciones entre los individuos y los grupos de esta estructura de mercado con la alimentación.

Queda claro que la experiencia de La Milpa no se apega totalmente a la realidad de las prácticas de los circuitos cortos abordadas aquí. Se han observado otros hechos en campo que no se reivindicán explícitamente como «alternativos» ni de compromiso político. A manera de ejemplo, podemos decir que los pequeños puestos de restauración presentes en los mercados tradicionales de San Cristóbal de Las Casas son frecuentemente dirigidos por mujeres. En estos lugares se entremezclan las relaciones de mercado, las formas de reciprocidad, de bondad y un fuerte reconocimiento identitario por la vía del intercambio de comida; el espacio de estas cocinas suele parecerse al que existe en el seno familiar. Si bien en el discurso de los consumidores están ausentes las innovaciones tácitas de lo «alternativo», sí existen como parte de la construcción de opciones de cohesión social. Intentaremos en este capítulo abordar estas particularidades.

<sup>7</sup> Se utiliza aquí «restauración» para significar la alimentación en un restaurante.

## Problemática de estudio

Un enfoque socioantropológico<sup>8</sup> acompañado de una postura reflexiva permite combinar observaciones y percepciones de los actores. Asociada con un razonamiento socioeconómico, la perspectiva de este artículo propone un cruce de miradas entre varias disciplinas. Analizando las experiencias femeninas concretas de la restauración alimentaria, intentamos romper el esquema dominante que asocia lo femenino con la esfera de lo privado, continuando con lo propuesto por trabajos recientes de investigación desde una óptica feminista, que abordan los conceptos teóricos tanto del *care* como del *cuidado*. Estos términos, originados en dos contextos distintos, como veremos después, suelen abordarse desde el punto de vista opresivo, pero también como elementos emancipadores. El caso del comedor de La Milpa, nuestro objeto de estudio, permite analizar una acción concreta, una *praxis* del *care*.

Este asunto, en perspectiva, justifica la aprehensión del aspecto emocional de las nociones en el marco de una cocina. De ese modo llegamos a formular dos postulados de investigación: 1) a partir de la proximidad espacial de las actividades de La Milpa, existen relaciones de interdependencia (de personas, objetos y espacio) hacia el interior, pero también hacia el exterior del grupo; 2) pero estas dependencias mutuas pueden a su vez ocultar otras formas de dominación y de dependencia y no ser solamente resultantes de solidaridades democráticas. Por ello tratamos de registrar las múltiples voces de las actrices presentes en estas estructuras y, de regreso al título de esta investigación («¿qué dice tu corazón?»), atender al comportamiento de las emociones y de las relaciones de poder en un espacio social alimentario — territorio de lo doméstico y de lo público—. Tal como lo señalan Fournier et al. (2015), la alimentación puede ser un arma contra el género, pero también una palanca de emancipación.

Al igual que en el estudio del cuidado en el que existe una doble perspectiva, en Chiapas también hay una doble dinámica del contexto político, socioeconómico y cultural. Por un lado, se alude a la región para referirse a la crisis alimentaria, agrícola y rural mexicana, ya que es el mejor ejemplo «del fracaso de un modelo de economía abierta y de programas

<sup>8</sup> La utilización de este enfoque es fundamental en nuestra investigación, dado que la socioantropología se interesa particularmente por el «vivir juntos». Nuestros resultados nos conducen a reflexionar sobre la *comunidad* y, además, nos referimos al *cuidado* en su doble dimensión: holística e individual y, por otro lado, en sus aspectos procesual y dinámico (Bouvier 2000).

de asistencia que han intentado compensar los males del desarrollo neoliberal» (Villafuerte 2015:14).

Las circunstancias mencionadas han provocado una metamorfosis profunda en la célula familiar chiapaneca. Muchas personas han migrado del campo hacia la ciudad atraídas por la industria que les promete ingresos que no podrían obtener en la agricultura. Además, las composiciones de los hogares se han modificado al son de las estructuras de las ciudades. El desarrollo de los servicios no ha acompañado el acelerado proceso de urbanización y de crecimiento de las ciudades.

En las zonas urbanas se encuentran numerosas familias vulnerables encabezadas por mujeres solteras que, mediante el trabajo informal, brindan el principal soporte económico (Villafuerte 2015:14); en otros casos, el ingreso de la pareja resulta insuficiente o el cónyuge está ausente. Igualmente, las mujeres son las primeras responsables de la supervivencia del hogar, receptoras en primera línea de la violencia estructural y de las consecuencias de políticas neoliberales. En San Cristóbal de Las Casas, ciudad de 112 442 habitantes, no es raro ver madres solteras o viudas que comercian en la calle o en los mercados.

El crecimiento y la preponderancia de las madres solteras en Chiapas ha exigido la creación programas de ayuda específica para atenderlas.<sup>9</sup> Sin embargo, estas políticas toman más los rasgos de asistencia que de verdaderos apoyos. Actualmente, los ingresos familiares dependen frecuentemente de nuevas formas de subordinación impuestas por el Estado, bajo la forma de ayudas públicas gubernamentales o por el mercado (salarios por jornada, envío de remesas) (Bustamante et al. 2014). Los programas de ayuda, algunos de tipo alimentario, son distribuidos entre una clientela bien enfocada.<sup>10</sup>

Pero las mujeres chiapanecas o las poblaciones indígenas no deben ser vistas solo como grupos de personas vulnerables. Esto sería reproducir los esquemas dominantes evocados previamente y ser prejuiciosos con respecto a sus capacidades de resistencia. Estas mujeres y estos hombres son protagonistas de los cambios.

<sup>9</sup> Sirva como ilustración el programa Madres solteras puesto en marcha en 2013 por el gobierno chiapaneco.

<sup>10</sup> Se pueden encontrar los inicios de estos mecanismos de subordinación en los sistemas de fincas chiapanecas. En sus estructuras —presentes en el estado hasta los años setenta—, las indígenas ocupaban un lugar de ciudadanas de segunda debido a los vínculos de parentesco incierto que establecían con finqueros y «al mantenimiento de una cultura paternalista de lealtad que aseguraba la fidelidad de los indígenas a la finca y a los intereses de los patrones [...] que se combina con las prácticas autoritarias» (Masson 2008:193).

La lucha política iniciada hace más de 20 años por el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) se inscribe como contramovimiento frente a esta coyuntura política. Si bien el estudio del neozapatismo no es en sí el objeto de nuestra investigación, es parte esencial de la historia contemporánea de Chiapas y por ello debe ser mencionado. Las circunstancias de su aparición y existencia son parte integral del contexto rural y alimentario chiapaneco. De igual modo, la influencia que ha podido ejercer sobre la emergencia de otras organizaciones sociales en el estado ha sido mayor y aún lo es (Collombon 2013).<sup>11</sup> El pequeño comedor de La Milpa, que es nuestro objeto de estudio, proviene indirectamente de este movimiento político; su creación, fruto de la existencia de varias asociaciones de San Cristóbal de Las Casas, se debe en mucho a la presencia del movimiento del EZLN. A manera de ejemplo, la atracción que ejerce la dinámica zapatista se refleja en los valores reivindicados por el restaurante comunitario, de allí incluso su nombre.

### **Aportes teóricos**

Para Philippe Chaniel ([2011] citado por Hillenkamp y Laville 2013:11), «es necesario optar por una socioeconomía acompañada de una reflexión filosófica». Es decir, plantear un cuestionamiento introspectivo sobre las nuevas maneras de considerar las relaciones e interacciones humanas en una nueva visión social. Partiendo de esta posición, el objeto de nuestro marco de análisis consiste en articular los campos teóricos de los conceptos de ‘care’ y de ‘cuidado’, cruzando los marcos teóricos anglófonos, franceses y españoles de estas nociones.<sup>12</sup>

#### *La alimentación: una vía de aproximación al cuidado*

La perspectiva de esta investigación entrelaza de manera sistemática y posmoderna la conceptualización de su objeto de estudio. Correlativamente a esta idea, se ubica la alimentación como un «hecho social total» de acuerdo

<sup>11</sup> No obstante, dice esta autora, el vínculo entre estos movimientos es recíproco. Estas asociaciones, sobre todo en San Cristóbal, forman una red que constituye un pilar de sostenimiento fundamental en la pertinencia del movimiento neozapatista.

<sup>12</sup> Conviene señalar que el trabajo de tesis realizado originalmente por la primera autora de este texto desarrolla también una sección teórica sobre Marcel Mauss y Karl Polanyi.

con la propuesta de Marcel Mauss (1924): no puede reducirse a una simple necesidad vital de ingerir comida. Para Diana Ackerman «el gusto es el único de los cinco sentidos con el cual podemos disfrutar en compañía, es el sentido ‘social’ por excelencia» (citado por Pasini 2004:31). Esta idea hace aparecer lo que ciertos autores llaman «la dimensión oculta de las maneras de mesa» (Poulain 2002; Fischler 2001); es decir, las dimensiones sociales y culturales de la alimentación. Los alimentos están insertos en las dinámicas plurales: económicas, familiares y sociales. Esta visión presupone no soslayar la importancia de la comensalidad en esta actividad. Los elementos anteriores nos hacen posicionar la alimentación como una puerta de entrada para nuestro estudio.

Siendo que el comedor de La Milpa es un proyecto que reagrupa a varias mujeres, nos ha parecido prudente estudiar las relaciones entre estas y la alimentación en el contexto de un pequeño comercio. Las dinámicas presentes en esta cocina han sido también abordadas desde la perspectiva del género, en una dimensión feminista. El enfoque posmoderno nos ha permitido oportunamente deconstruir y rebasar la manera de pensar la sociedad de forma naturalista y mecanicista (Foucault 1966; Descola 2005, citados en Guétat-Bernard y Saussey 2014:22-23). La propensión de la división del trabajo a distinguir dentro de la sociedad una esfera privada y una esfera pública ha servido de hilo conductor en la construcción de nuestro marco teórico.

La voluntad de combinar diferentes disciplinas nos otorga la posibilidad de enlazar lo que implica producir (agricultura) y cómo producir (efectos ambientales y cuestiones éticas) con el proceso de elaboración alimentaria<sup>13</sup> (comer y sus efectos sobre la salud). Dicho de otra manera: pasar del campo de cultivo al plato sin soslayar los aspectos corporales de la alimentación.

Retomando los trabajos de Jean Pierre Poulain (2002), coincidimos en que el contexto de industrialización de sistemas de producción y de distribución ha ampliado la distancia entre consumidores y alimentos y provocado una «desacralización» de la alimentación. La mecanización agrícola poco a poco ha usurpado «el espacio de autoproducción de la cocina familiar [y ha tenido efectos] sobre la función socializadora de la cocina» (Poulain 2002:36-37). Sin embargo, este proceso no existe sin un contramovimiento.

<sup>13</sup> La decisión de utilizar el término «elaboración» en lugar de «transformación» es intencional. Para nosotras, el primero se refiere a los sabores y a los conocimientos movilizados, en tanto que el segundo remite mayormente a una concepción de proceso mecánico industrial.



Para este autor la historia de la alimentación ha demostrado que frente a cada amenaza contra las identidades locales, «la cocina y las maneras de mesa son lugares privilegiados de resistencia» (Poulain 2002:39).

Claude Fischler (2001) se refiere a la incorporación alimentaria a partir de una reflexión sobre el aspecto íntimo del «comiente». Explica que la acción de alimentarse enlaza al Hombre con la Naturaleza, «porque el alimento [...] entra en el cuerpo del comiente, deviene el comiente mismo, participando física y simbólicamente al mantenimiento de su integridad y a la construcción de su identidad» (Fischler 2001:39). Desde esta óptica, la comida aparece como mediadora entre el Hombre y su ambiente. Esta idea de interdependencia nos permite interesarnos más específicamente en los amarres que unen y separan a los seres humanos de sus ambientes.

### ¿Ética del *care* o economía del cuidado?

Pero, ¿qué es el *care*? La literatura anglófona, francófona e hispanófona —con algunos matices— lo definen del mismo modo. En español la traducción del vocablo se toma por ‘cuidado’, en tanto que en la lengua francesa se traduce por las ideas de ‘*soin*’, ‘*sollicitude*’, ‘*responsabilité*’;<sup>14</sup> formas de atención que uno puede tener hacia el otro o hacia sí mismo. En sentido amplio, el término expresa «las preocupaciones humanas» que son el asunto de todos (Molinier, Laugier y Paperman 2009:7).

Realmente, los orígenes anglófonos o hispanófonos de este concepto no permiten una traducción literal al francés<sup>15</sup> que englobe todas sus dimensiones. Esta frontera lingüística es sin duda uno de los factores de origen de las controversias que lo caracterizan. Inaccesible, fugaz, desde el momento en que creemos comprender el *care*, se nos escapa de nuevo su sentido. A fin de esclarecer esta noción, conviene regresar a sus fuentes y ponderar sus fuerzas y sus límites. La capacidad del *care* reside en su aspecto dinámico.

El concepto es retomado en la literatura francófona tal y como se propone en inglés; sin embargo, la literatura hispanófona tiene una evolución distinta para el concepto de *cuidado*. El contexto que enmarca la

<sup>14</sup> Consideramos importante dejar los términos en francés para conocer su dimensión en esa lengua, los cuales pueden traducirse por: ‘cuidado’, ‘solicitud’ o ‘atención y responsabilidad’.

<sup>15</sup> Dos de las autoras de este capítulo son francófonas, hecho que sin duda está en el origen de esta preocupación por comprender el sentido de las traducciones y los significados.

teorización de los conceptos de ‘*care*’ y de ‘cuidado’ no puede ser desdeñado (Paperman, 2013). El *care* emerge en el seno de los trabajos de la psicología y la filosofía anglófonas, en tanto que el *cuidado* aparece bajo la pluma de economistas feministas y antropólogas. Sin embargo, las dos nociones toman cuerpo en contextos de «crisis». La primera ve la luz en la década de 1980 en los Estados Unidos, bajo el gobierno de Ronald Reagan. La segunda aparece en España y en los países sudamericanos en plena crisis de la deuda. Las crisis, pero sobre todo «la crisis social sistémica» (Carrasco 2013), alimentan las reflexiones sobre el tema y sirven de punto de partida a los autores hispanófonos.

Resulta preocupante la impermeabilidad de los saberes entre las diferentes vertientes del *care* y el cuidado. Es raro que estas dos literaturas se crucen, por lo que ambas perspectivas pueden considerarse como complementarias. De allí que el desafío consista en la instauración de un diálogo entre estas diferentes referencias, a fin de enriquecer el análisis y abrir nuevas pistas de estudio.

Los trabajos anglófonos —y luego sucesivamente los francófonos— se basan en el análisis de los campos de la justicia y el derecho. Rechazan el paradigma liberal que considera a los individuos de manera aislada e independiente (Molinier, Laugier y Paperman 2009). La psicóloga clínica estadounidense Carol Gilligan (2009) es la primera en interesarse y movilizar este concepto. A contracorriente de los trabajos de Lawrence Kohlberg y John Rawls, ella hace del *care* una cuestión ética. Esta aproximación permite interesarse en las necesidades específicas de los individuos. Próxima y subjetiva, la ética del *care* supone relaciones de confianza y se interesa en los particularismos, lo singular y el contexto; mientras la moral es determinista y demostrativa, la ética es «inquieta», experimental y escéptica (Brugère 2011). No obstante, el análisis de Gilligan es objeto de varias críticas. Se le reprocha notablemente un cierto esencialismo que tiende a encerrar a las mujeres en las relaciones del *care*. A pesar de esto, no se puede negar que su teoría ha tenido el mérito de identificar las reflexiones sobre la invisibilidad de las actividades asociadas con los trabajos femeninos.

De igual forma, en la continuación de los trabajos de Gilligan, las filósofas Joan Tronto y Berenice Fisher proponen una definición sistémica y más amplia del *care*. Ellas recomiendan una politización de esta noción y la inclusión de las dimensiones ambientales. Para ellas se trata:

de una actividad de la especie humana que incluye todo lo que nosotros hacemos con miras a mantener, continuar o reparar nuestro «mundo», de

tal manera que nosotros podamos vivir bien, tanto como sea posible. Este mundo incluye nuestros cuerpos, nuestras individualidades y nuestro ambiente, donde buscamos tejer juntos una malla compleja que sostiene la vida (Tronto en Molinier, Laugier y Paperman 2009:37).

Su definición asocia tres aspectos frecuentemente distinguidos en ciencias sociales: 1) el *care* para sí mismo (el cuidado de sí mismo) asociado a la psicología; 2) el *care* hacia los otros (el cuidado de los otros), ligado a la sociología y 3) el *care* considerando al mundo (el cuidado del mundo) ligado al campo de la economía y de lo político. El sentido aportado a este concepto permite «desnaturalizar» el *care* y considerarlo más allá de una especificidad femenina. El *care* es neutro en términos de género (Molinier, Laugier y Paperman 2009).

Finalmente, los trabajos de Joan Tronto consideran ir más allá del *care* sacrificial. Su concepción del término «rechaza que las mujeres (o quienquiera que sea) se sacrifiquen por los intereses y necesidades de los otros». La autora se posiciona en contra de una concepción del *care* que no toma en cuenta más que su aspecto emotivo y sentimental (Tronto 2008:255-256). Para evitar una idealización de este término también es necesario atender a su dimensión práctica; es decir, a la *praxis* del concepto. Esta idea supone que el *care* no sea razonado únicamente en su enfoque «moral», sino que debe ser visto igualmente bajo un ángulo político (Tronto 2008; 2009), dado que permite «considerar la integración de las mujeres como actores políticos y de aquellas otras personas tradicionalmente excluidas» (Tronto 2009:227).

En la literatura hispanófona el cuidado es abordado por economistas feministas,<sup>16</sup> entre quienes se encuentran antropólogas españolas e investigadoras latinoamericanas, economistas y filósofas involucradas en el movimiento de la Teología de la liberación.<sup>17</sup> Estas corrientes de pensamiento han jugado un rol indiscutible en los elementos constitutivos de esta noción.

<sup>16</sup> Este campo de la teoría económica aparece en los años cuarenta; se enfoca en las críticas metodológicas y epistemológicas en torno al trabajo de las mujeres (Carrasco 2011). Constituido de una diversidad de movimientos, se ubica como un proceso de deconstrucción y reconstrucción intelectual. Propone nuevos cuadros analíticos y cambiar las representaciones dominantes, incluyendo la experiencia de las mujeres (Carrasco 2011).

<sup>17</sup> Podemos mencionar los trabajos de Cristina Carrasco, Ana Rodríguez Ruano de España y de Leonardo Boff, Natalia Quiroga Díaz, María Arcelina González Butron, Magdalena León T., Franz J. Hinkelammert y Henri Mora Jiménez de América Central y Sudamérica.

Detrás del cuidado aparece una reflexión más global sobre la economía de mercado capitalista. Sus teóricos proponen enmarcar las crisis económicas y financieras contemporáneas en el seno de una crisis social sistémica estructural que ellos llaman «crisis de reproducción social» (Carrasco 2011) o «crisis de civilización generalizada» (Boff 2002). Por otro lado, las nociones sobre «necesidades» son igualmente cuestionadas. Para Hinkelammert y Mora (2009) las necesidades humanas deben oponerse a las prioridades de la economía de mercado. Las prioridades económicas tienden a ocultar las necesidades emocionales y afectivas de la humanidad. La economía debe estar «subordinada a la reproducción de la vida, estableciendo otros tipos de unidad entre la producción (como medio) y la reproducción (como sentido)» (León 2009:223).

Consecutivamente, estos razonamientos conducen a los investigadores estudiosos del cuidado a interesarse en la noción de trabajo.<sup>18</sup> Para ellos, considerar el trabajo únicamente bajo el ángulo asalariado implica desdeñar y excluir toda actividad no ligada al mercado y, por ello, crear un sistema de valores jerárquicos. Desde esta lógica, todo trabajo no remunerado deviene invisible para la sociedad. Es el caso de los trabajos femeninos que ocupan un lugar importante en las meditaciones en torno al concepto del cuidado. Las actividades efectuadas por las mujeres, al ser relegadas a la esfera doméstica privada, se han vuelto invisibles. Particularmente aquellas asociadas con el cuidado.

Además, quienes estudian este tema proponen reflexionar más allá de las ocupaciones que se destinan a «terceros». Señalan la importancia del tiempo de esparcimiento y descanso de las mujeres. Esta esfera de la vida diaria, que queda como una dimensión bastante oculta en el análisis sobre el trabajo, podría ser asociada con el autocuidado al que hicimos referencia anteriormente. En este análisis nos interesa revisar la noción de «calidad del tiempo» (Rodríguez 2012; 2013) y la idea de reconocer la existencia «de tiempos de reproducción y de regeneración que se han vuelto invisibles por el tiempo monetarizado» (Gonzales 2012:229).

Las nociones de vulnerabilidad e interdependencia —principios comunes a todo ser humano— son parte integral de las teorizaciones del *care*. Todo el mundo puede, en algún momento de su vida, encontrarse

<sup>18</sup> Se trata de una herencia de la corriente de la economía feminista, de la cual han emergido muchas de sus teóricas. Para Cristina Carrasco, los estudios feministas tienen el mérito «de integrar en el análisis económico todas las actividades desarrolladas desde los hogares», sin por ello «restringir a las mujeres al modelo dominante actual» (Carrasco 2011:212).

en una posición de fragilidad. Todos somos dependientes del afecto que puede dispensarnos otra persona. Desde esta óptica, se trata de romper con la simple dicotomía «dador-receptor» (Molinier, Laugier y Paperman 2009). Considerar estos conceptos tiene por consecuencia tomar «en consideración los casos concretos, las redes de afición y los lazos en los cuales cada individuo (hombre o mujer) está inevitablemente inserto» (Pulcini 2005:334)

Estas afirmaciones surgen del imperativo de establecer nuevas formas de relación; es decir, de la construcción de un nuevo *ethos* (Boff 2002:27). La insistencia es particularmente posicionada sobre la importancia de los aspectos afectivos del Hombre. En este sentido, es crucial ampliar el espectro de necesidades humanas y sus dimensiones emocionales, condiciones indispensables para el mantenimiento de la vida. Estas ideas hacen universales las nociones de *care* y de cuidado (Gonzales 2012; Boff 2002; Hinkelamert y Mora 2009; Carrasco 2011 y 2013; Gilligan 2009).

Por otro lado, estos dos términos parten de una misma constatación: asociar el *care* y el cuidado no solamente con nuestras relaciones humanas, sino igualmente con aquellas que mantenemos con nuestro entorno. La economía no debe servir únicamente al mercado y estar pensada desde una visión acumulativa, sino «subordinada a la reproducción de la vida, estableciendo otros tipos de unidad entre la producción (como medio) y la reproducción (como sentido)» (León 2009:3). Ciertos autores(as) sugieren incluso regresar a las raíces etimológicas de la palabra ‘economía’; es decir: *oikos* —la casa, el hogar—, y «hacer de la tierra nuestra morada» (Larrère 2012).

Uno de los reproches más frecuentes al encontrar estos conceptos es su tendencia a naturalizar y esencializar los estereotipos de género. Si el *care* o el cuidado pueden conducir a reflexiones hacia un nuevo paradigma de sociedad, su utilización puede resultar peligrosa. En nuestras sociedades el cuidado suele asociarse mentalmente con las mujeres. La utilización de nociones de *care* y de cuidado exclusivamente vistas como actividades y cualidades «femeninas» reducen el potencial de estos conceptos. De allí se legitima «una imagen tradicional que largo tiempo ha estado confinada a las mujeres en un rol subalterno» (Pulcini 2012:53).

De la misma manera, uno de los peligros en la movilización de estos conceptos consiste en reducirlos a la idea de «atención». Su «calidad dadora» (Pulcini 2012:61) tiene un doble filo. Idealizados o vistos únicamente en su dimensión altruista (Chanial 2012:74), estos conceptos pueden devenir un «*care* sin *Eros* [...], un don envenenado o perverso» (Pulcini

2012:63). Los ejemplos no faltan: ciertas formas de ayuda, mujeres sacrificándose por sus familias, o discursos del *care* en el seno de las relaciones de dominación colonial.<sup>19</sup>

### La Milpa, un largo proceso e historia no concluida

La Milpa, el comedor comunitario que ha sido nuestro caso de estudio, cerró sus puertas en junio de 2015. Lejos de constituir un obstáculo, este acontecimiento nos permitió profundizar en nuevas reflexiones y la operacionalización del marco teórico utilizado. A lo largo de las siguientes secciones haremos el análisis de esta experiencia y sugerimos remitirse a manera de apoyo a la figura 1 para comprender su evolución.

Si se explora la historia de La Milpa, uno encuentra que detrás de esta iniciativa hay un sinnúmero de experiencias preexistentes que han condicionado la existencia del comedor. Fruto de un largo proceso y de prácticas anteriores, debe su realización a los aprendizajes y a las relaciones sociales previamente tejidas en sus estructuras.

Primeramente, uno puede considerarlo como una ramificación de la Red de Productores y Consumidores Responsables Comida Sana y Cercana, a la cual pertenece el tianguis de San Cristóbal de Las Casas.<sup>20</sup> Las mujeres fundadoras de la futura Milpa estuvieron directamente comprometidas con esta primera experiencia de mercado alternativo.

En 2008, en respuesta a la crisis «del tortillazo» y al incremento en el precio de las tortillas,<sup>21</sup> estas personas constituyeron el colectivo Mujeres y maíz.<sup>22</sup> Esta iniciativa es el resultado de la toma de conciencia frente al daño que puede representar una doble dependencia con respecto al maíz extranjero y al sector industrial. Es también la voluntad de reforzar las

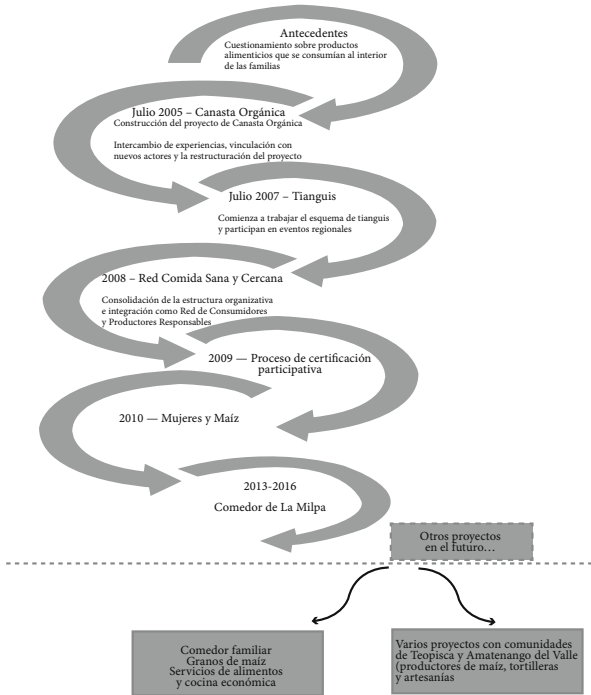
<sup>19</sup> Como lo recuerda Philippe Chanial (2012:81) citando a Joan Tronto, el colonialismo también tenía un discurso del *care*, «los colonizadores no estaban persuadidos de estar explotando a los pueblos colonizados, sino que consideraban que ellos habían asumido la ‘carga del hombre blanco’ y que aportaban la civilización y la cristiandad» (Tronto 2009:39-40).

<sup>20</sup> Reyes Gómez y González Cabañas en esta misma obra.

<sup>21</sup> Siendo una ciudad de 186 000 habitantes, San Cristóbal de Las Casas comprende un espacio social acotado, en cuyo interior se expresan movimientos sociales y manifestaciones diversas. Las personas que participan en estos procesos sociales provienen principalmente de la comunidad académica o del mundo asociativo y en su mayoría originario de otros estados de México y/o expatriados. Es el caso de la promotora principal de La Milpa, que nació en el centro del país y que estuvo en el origen del tianguis y del comedor.

<sup>22</sup> Este colectivo es parte sustancial de los proyectos que lleva a cabo Capacitación, Asesoría, Medio Ambiente y Defensa del Derecho de Salud A. C.

Figura 1. Diagrama de la evolución histórica de La Milpa



Fuente: Elaboración propia.

propuestas individuales de mujeres que transforman el maíz en alimentos y de estructurar una red de venta más formal, con miras al mejoramiento de las condiciones de trabajo.<sup>23</sup> Inspirado en el movimiento por la soberanía alimentaria, este colectivo tiene varias ambiciones: organizar eventos de promoción y revalorización del maíz, sensibilizar sobre el aspecto cultural y simbólico de este alimento y llamar la atención sobre los peligros que representan los organismos genéticamente modificados (OGM). Además, gracias a los sistemas de garantía participativa y circuitos cortos de comercialización entre productores locales de maíz, transformadoras de alimentos —como las mujeres que hacen tortillas— y consumidores se favorece la consolidación de los vínculos rurales-urbanos.

Se tuvo así un ambiente propicio para la emergencia del comedor, favorecido por el reencuentro de las mujeres en dos tipos de espacios:

<sup>23</sup> En particular, sobre el riesgo de daño pulmonar por las emanaciones de dióxido de carbono, en los casos en que no se utilizan estufas que faciliten el control de los gases de combustión.

durante la venta en el mercado y durante los talleres de capacitación organizados por las coordinadoras del colectivo. Estos momentos fueron la ocasión para establecer los primeros vínculos sociales del origen de La Milpa. Después de tres años de existencia del colectivo, sus integrantes decidieron practicar una evaluación, y así ciertas mujeres del grupo comenzaron a expresar la idea de rentar un espacio común en el que pudieran vender sus productos.

Finalmente, en 2012 el comedor abrió sus puertas, apoyado financieramente por una ONG.<sup>24</sup> Más allá de un local de venta de tortillas y tostadas, el proyecto cambió finalmente a pequeño comedor popular. Se trató así de una combinación entre la voluntad de las mujeres de trabajar juntas y la oferta de una cocina «buena, local y económica». El objetivo fue ofrecer alimentos preparados con los productos regionales e igualmente orientarse a una clientela local. Esta intención explica la localización del comedor fuera de la zona turística de la ciudad.

La aventura<sup>25</sup> de La Milpa duró tres años. Desde los primeros meses de esta experiencia, las cocineras recibieron el apoyo de una chef originaria del norte del país, quien les ayudó en la elaboración de los menús, el cálculo de los costos y el aprendizaje de las normas obligatorias en todo establecimiento público. Ella las acompañó en la cocina, pero también en aquellos acontecimientos importantes en los que las mujeres del colectivo fueron invitadas a preparar alimentos (especialmente durante un coloquio universitario). Las cocineras participaron en talleres de formación, especialmente en temas de salud, nutrición y administración.

Estas herramientas de capacitación debían permitir el cumplimiento de una de las finalidades convenidas en los inicios del proyecto y condición indispensable de su apertura: autonomía financiera y logística del comedor después de algún tiempo. A fin de alcanzar esa meta, las personas responsables del equipo de coordinación se retiraron poco a poco de la organización. Sin embargo, llegaron nuevas dificultades externas (de orden fiscal) y el periodo transitorio de delegación de responsabilidades puso al descubierto los problemas latentes. Por ello, dos de las coordinadoras de la iniciativa tomaron la decisión de regresar y retomar ciertas funciones que habían delegado a las cocineras del comedor (compras de material, comunicación). Este regreso fue causa de disgustos.

<sup>24</sup> Heifer International es una ONG que apoya proyectos de desarrollo comunitario; sus acciones en México se concretan en varios estados del sur del país.

<sup>25</sup> Esta palabra fue usada por una de las coordinadoras, quien califica la experiencia en estos términos: «La Milpa fue una aventura... es aún una aventura».



En efecto, los contactos entre el equipo del coordinador y las cocineras durante esos tres años estuvieron marcados por un vaivén de tensiones y periodos más tranquilos. Si bien la condición económica de La Milpa no era el único factor restrictivo, tuvo fuerte peso en el deterioro de las relaciones entre las diferentes protagonistas. El inicio del comedor fue un éxito, pero los dos últimos años se volvieron difíciles. El pequeño negocio veía bajar su clientela, probablemente como efecto directo de la coyuntura económica mexicana. Sin duda esta situación fue definitiva para su cierre; pero las contingencias económicas complicaron la gestión y la organización del comedor, y afectaron las relaciones entre las diferentes protagonistas de la experiencia.

En mayo de 2015, las cocineras fueron solicitadas para ofrecer sus servicios de restauración, en ocasión de un congreso académico. Esta vez, por la magnitud y el compromiso que representaba, el evento sirvió de catalizador al conflicto latente entre las integrantes de La Milpa. Algunas semanas después del congreso, las últimas cuatro cocineras del comedor anunciaron su intención de «entregar sus delantales»,<sup>26</sup> literal y metafóricamente hablando. La última reunión que tuvieron fue muy agitada y se tomó la decisión de parar definitivamente las funciones del establecimiento.

### **El comedor: una mezcla de lo doméstico y de lo público**

La cocina de La Milpa como iniciativa solidaria puede ser considerada como espacio intermediario entre administración doméstica y giro comercial.<sup>27</sup> El mundo público exterior se complica fuertemente con las distinciones de una cocina familiar privada. Esta mezcla de dos universos se refleja en diversos aspectos del comedor y, por otra parte, se expresa en las prácticas y los comportamientos de las mujeres involucradas. Por ejemplo, pudimos observar que en torno a la comida existe un ajuste constante entre la oferta y la demanda de los consumidores. Las cocineras se adaptan permanentemente a las solicitudes de sus clientes. Si una persona comanda un plato o una bebida no prevista en el menú del día, una de

<sup>26</sup> «Entregar sus delantales» (*rendre leurs tabliers*) expresión en francés para anunciar que se abandona una situación determinada.

<sup>27</sup> La calificación de «intermediaria» es empleada por Isabelle Guérin et al. (2011) y se refiere a las iniciativas de economías solidarias que se sitúan entre los espacios privados y públicos.

las integrantes de la cocina se apura para ir a comprar los ingredientes necesarios en los pequeños comercios cercanos. Igualmente, si un cliente llega a la hora del cierre del comedor y ellas ya han limpiado todo, esto no impide que estén disponibles para prepararle un buen plato de comida con los excedentes de los días anteriores.

Muchas veces pudimos observar igualmente que las cocineras llegaban a tomar de su propio plato para completar el pedido de alguno de los clientes habituales que apareciera después del horario de servicio. Este comportamiento merece señalarse y está particularmente asociado con el mundo doméstico. Sin embargo, parece reproducirse dentro del espacio comercial del comedor como un reducto de lo que Fournier et al. (2015:15) señalan como una práctica social culturalmente enraizada en las mujeres (*une socialisation au sacrifice*); que si bien son ellas quienes preparan los alimentos como cocineras, al mismo tiempo se privan de ciertas comidas para darlas a sus maridos o sus hijos. Aquí, los clientes habituales rempazan a los miembros de la familia. Pero el proceso es el mismo: un acto asociado con el don sacrificial de las mujeres (Pulcini 2005). Este implica una renuncia de su existencia y un olvido de sí mismas «para proteger y alimentar el vínculo» (Pulcini 2005:333). No obstante, al tratarse de un acto aislado, esta idea queda como una suposición. Tal vez este comportamiento no sea más que un gesto comercial. De cualquier modo, su significación merece un cuestionamiento y una reflexión particular dentro de los estudios que motiva el concepto de *care*.

Por otro lado, los objetos y el manejo de la cocina son también marcadores importantes de esta hibridación de espacios. Las cocineras de La Milpa trajeron con ellas algo de sus hogares bajo la forma de sus utensilios. Es así como los instrumentos de cocina comprados por la chef de Guadalajara al inicio de La Milpa fueron abandonados por ser demasiado diferentes de aquellos que las mujeres tenían la costumbre de usar en sus hogares. Estos utensilios profesionales fueron difíciles de manejar y con inconvenientes.<sup>28</sup> Siguiendo el análisis de la hibridación hacemos notar que la disposición del espacio de La Milpa hace recordar las cocinas familiares: el área de cocción o la abertura que da a la sala de restauración. Esta transparencia entre cocineras y consumidores permite desarrollar un sentimiento de confianza y de proximidad.

<sup>28</sup> Por cierto, han dado lugar a un tema de discordia entre el equipo de apoyo y el grupo de cocineras del comedor. El primero reprocha al segundo utilizar los utensilios demasiado gastados y esperar a que sean verdaderamente inservibles para reemplazarlos.

Tal como lo habíamos señalado antes, el ambiente de La Milpa (prácticas, objetos, arreglo) está constituido en gran parte por hábitos y elementos tomados de los hogares de cada una de las cocineras. Sin embargo, estas maneras de funcionar propias del mundo doméstico han chocado con las exigencias funcionales de un establecimiento público comercial. Tal actividad de restauración está sujeta a normas que no favorecen las imbricaciones públicas y privadas.

Las tensiones ocasionadas por el encuentro entre estos dos universos pueden ser consideradas de cierta manera como «choques culturales». Las mujeres que abrieron el comedor comunitario pensaron poder ofrecer una comida idéntica a la que ellas elaboran en sus hogares: «Íbamos a dar nosotras un menú, por ejemplo, lo que sabíamos hacer de nuestros antepasados, como nos enseñaron nuestros papás, como comíamos, como comía yo con mis hijos» (informante 2, cocinera de La Milpa).

No obstante, sus conocimientos «empíricos» de la cocina han estado confrontados con los saberes «metódicos» propios de la restauración profesional.<sup>29</sup> Pero en estas dimensiones cognitivas ellas han tenido que habituarse a numerosos alimentos y objetos a los que no estaban acostumbradas. Por ejemplo, el ajo y el aceite de oliva ilustran las diferencias gustativas socialmente adquiridas. Otro caso es la utilización del refrigerador<sup>30</sup> o de la olla de presión, aparatos electrodomésticos ausentes en sus hogares. La introducción de novedades dentro del comedor ha planteado problemas de organización (notablemente concernientes a la conservación de alimentos y a la gestión de fechas de caducidad). Estos cambios —que no emanaron directamente de las mujeres—, con frecuencia han sido considerados como contrariedades. El rechazo a estas imposiciones terminó por generar malos entendidos y conflictos internos.

Además, la apertura de un establecimiento público impone normas propias del Estado que no siempre son compatibles con los hábitos domésticos. A manera de ejemplo: las cocineras debieron hacer frente a una modificación legal concerniente a los impuestos. Este cambio, que implicaba el uso de la informática para la elaboración de las facturas y las

<sup>29</sup> El choque entre estos dos mundos se refleja en el rechazo hacia la chef de Guadalajara. Muchas de las recetas que esta profesional intentó transmitir a las mujeres no fueron retomadas o apropiadas por las cocineras.

<sup>30</sup> Las mujeres de La Milpa estaban acostumbradas a efectuar sus compras día a día, en función de sus ingresos obtenidos por las ventas. Estas compras cotidianas, que son adecuadas a las remuneraciones percibidas en las pequeñas actividades de venta informales, le parecieron inadaptadas a la administración del comedor, pues esa práctica no permite una organización semanal de los menús y una gestión oportuna de los alimentos comprados.

retenciones obligatorias planteó numerosos problemas. Principalmente, la conciliación entre la legalidad del establecimiento y las dificultades que representa la obtención de facturas de los pequeños comerciantes informales con quienes hacen sus compras diarias en pequeñas cantidades.<sup>31</sup>

### **El *care* como vector del campo de lo posible: emociones y alimentación**

Elena Pulcini propone estudiar las motivaciones subyacentes al *care* con especial atención en las fuentes emotivas y utilizando para esto el léxico del amor-pasión (2012). Al considerar la cocina como «un espacio íntimo» resulta evidente el vínculo entre emociones y alimentación al interior del comedor. El estado emocional de las cocineras puede influir en la calidad de los platillos. Igualmente, el cuidado y la atención (sin la dimensión sacrificial) pueden aportar un toque personal a una receta.<sup>32</sup> En el caso de La Milpa parece que el «sazón» que dio reputación al comedor en sus inicios fue desapareciendo poco a poco, conjuntamente con la motivación de las cocineras. Para una de las coordinadoras, hubiera sido conveniente incluir en los talleres de capacitación una parte que ella nombra «fortalecimiento del corazón». Este espacio-tiempo habría permitido a las mujeres expresar sus sentimientos, descargar y resolver ciertos problemas, escuchando los de los otros de una manera reflexiva y empática.

Desde el inicio debimos hablar de las emociones de las mujeres. Porque somos muy emotivas. Las mujeres vamos con todo el paquete junto. En el espacio de trabajo llegamos con todo nuestro corazón, todo nuestro pasado, todos nuestros sueños, todas nuestras esperanzas... y las depositamos en el trabajo. Y el trabajo no va a resolver todo (informante 3, coordinadora).

Si bien su percepción nos suena como esencialista, su testimonio parece oportuno. Los platos preparados por las mujeres de La Milpa tal vez sirvieron para descargar los males de las cocineras y de las coordinadoras; emociones profundas que ellas no identifican o no pueden expresar. De allí que la cocina aparezca como un reflejo práctico de los valores morales

<sup>31</sup> Esta imagen permite interrogarse sobre las relaciones entre un pequeño establecimiento público y el Estado. La reforma fiscal impuesta por el gobierno mexicano puede ser considerada como una forma de control del Estado sobre las personas.

<sup>32</sup> De allí el dicho popular mexicano que dice que la comida es más sabrosa si la persona que cocina está enamorada.

del *care*; una expresión concreta de la ética bajo la forma de platos cocinados lentamente.<sup>33</sup>

Dentro de La Milpa existieron diferentes formas de solidaridad. Las mujeres del comedor se cuidaban unas a otras. No fue raro ver entre ellas signos de afecto, abrazos y gestos de atención. Cuando una de ellas no se sentía bien físicamente, su compañera de binomio<sup>34</sup> le ofrecía alguna infusión de plantas medicinales. Con frecuencia eran las mujeres de más edad las que intercambiaban sus saberes con las más jóvenes. Además, el aspecto «comunitario» del comedor permitía cierta flexibilidad en la organización. Cuando una de ellas estaba enferma o debía atender un problema familiar, una de sus compañeras podía remplazarla. La capacidad de comprender los problemas de sus semejantes y adaptarse en consecuencia ofrece ciertos valores presentes en la ética del cuidado. Si estas mujeres expresaban empatía hacia sus compañeras era porque ellas mismas se veían «vulnerables». Este reflejo de las necesidades del otro en las propias ilustra el triple paradigma del don evocado por Elena Pulcini (2005 y 2012).

Igualmente, el territorio de la cocina permitía descargar los conflictos cotidianos. El comedor, este «espacio intermedio» les daba la posibilidad de «socializar una parte de sus problemas enfrentados hasta ese momento de manera únicamente privada» (Guérin 2006:413). La cocina como espacio íntimo propiciaba un clima de confianza, favorecía la instauración de una justicia de proximidad y de un diálogo social que permitía la resolución de problemas concretos (Guérin, Hersent y Fraisse 2011; Nobre 2006; Nobre y Vides 2011). La Milpa servía de «refugio» y de paréntesis en la vida de ciertas madres de familia. En ocasiones, cuando el servicio había terminado, algunas de ellas se quedaban más tiempo. Ya fuera por huir de las situaciones familiares tensas o de una suegra malhumorada, La Milpa les permitía tener otro rol además del de madres de familia.

Ellas se encontraban solo entre ellas, sin sus hijos o sus parientes, aprovechando este tiempo (autocuidado). Estos momentos de esparcimiento tomaban diferentes formas: intercambios sobre el fin de una telenovela,

<sup>33</sup> Esta dimensión emotiva de la alimentación es perfectamente expresada en la novela *Como agua para chocolate* de Laura Esquivel. La protagonista, Tita, utilizaba la comida para expresar su pasión y sus sentimientos. Lo interesante en ese relato es precisamente la abnegación del destino de esta joven que, siendo la última de la familia, debía cuidar a su madre hasta la muerte. De allí que se viera obligada a renunciar al amor.

<sup>34</sup> Las labores del comedor se realizaban en parejas o binomios, lo cual facilitó la confianza y estima entre compañeras.

anécdotas, chismes,<sup>35</sup> bromas con un dejo de afección. El café y el desayuno tomados al inicio del servicio permitía a las mujeres contarse sus acontecimientos del día anterior. Se intercambiaban teléfonos celulares para compartir videos y reír. Esto último constituía otro punto de conflicto, ya que el uso del teléfono celular durante las horas de servicio era considerado un gesto poco profesional y objeto de conflicto con el equipo coordinador; una señal de diferentes motivaciones en la ocupación del lugar. Como lo explica Miriam Nobre, los grupos de mujeres de clases populares buscan obtener ingresos en la economía solidaria, pero también les permite «justificar, a sus ojos o a los de sus familias, las horas pasadas fuera de la casa para encontrarse entre ellas» (Nobre 2006:339).

No obstante, estos espacios de socialización no se limitaban a los grupos de las cocineras. El establecimiento estaba abierto sobre el exterior. No era raro ver llegar a personas con recipientes y la servilleta para tortillas a comprar su comida semanal. De la misma manera, las cocineras despachaban jarras de agua, tortillas y el plato del día a las personas que trabajaban en los comercios vecinos. Por cierto, esas actitudes de cuidado eran destinadas tanto a los clientes como a ciertas personas de la calle que solicitaban una tortilla regalada. La Milpa como espacio de proximidad podía ser calificado de cocina de «barrio». Los intercambios eran numerosos entre el comedor y los comercios y casas habitación vecinos.<sup>36</sup> Podía tratarse de alimentos, pero también de saberes. Ciertos intercambios o ventas con los vecinos del barrio eran acompañados de consejos culinarios; algunos comerciantes se quedaban en el comedor aprovechando la

<sup>35</sup> Insistiremos en el carácter «socializador» que pueden tener los chismes (Gluckman 1963; Rysman 1977, citados por Illich 1982). Considerar sus dimensiones positivas permite reflexionar en los vínculos entre la actividad del chisme y el cuidado. Este tipo de conversaciones pueden excluir pero también cohesionar a las personas. Por su carácter inclusivo y protector, pueden ser también susceptibles de ser considerados como vectores de cuidado; de vínculos sociales que permiten construir una amistad. De la misma manera, para Ivan Illich (1982) son un signo distintivo de adhesión a un grupo. Porque cada miembro debe comprender los escándalos que han tenido lugar al interior y exterior del grupo y las reglas implícitas que constituyen los legítimos chismes. Dentro de La Milpa, este argumento es particularmente pertinente. Al inicio del comedor existía realmente un colectivo, pero poco a poco se crearon subgrupos. La observación de los juegos de actores y de chismes permitía delimitar las afinidades entre las mujeres cocineras.

<sup>36</sup> Además, el comedor había puesto en funcionamiento un sistema informal de ahorro solidario. Este aspecto de seguridad, elaborado con los individuos externos a La Milpa (vecinos, conocidos) permitía a 30 personas poner de lado pequeñas cantidades de dinero. Visto desde La Milpa, el punto neurálgico de esta caja de ahorro eran las diferentes personas implicadas en el proyecto, quienes, al entregar su dinero, dejaban también un poco de su historia de vida.

ocasión para alargar la charla. Respecto a los clientes, una gran parte de ellos eran asiduos. Las mujeres conocían sus nombres y lo que iban a solicitar. Igualmente asistían turistas ocasionales, que intercambiaban saberes culinarios con las mujeres: «Algunos clientes que llegan a comer piden que les enseñemos a preparar el mole u otra cosa. A cambio dejan una receta de pan o de postre o de otra cosa» (informante 1,<sup>37</sup> coordinadora).

### *Espacio tangible de intercambios*

La importancia de la acción en nuestra visión del *care* es entendida en el sentido político dado por Hannah Arendt (1961) como una iniciativa que abre posibilidades de cambios. Esta perspectiva nos permite analizar las transformaciones inducidas por las nuevas formas de relaciones que propone el cuidado: alimentario, personal y espacial.

Como lo mencionamos anteriormente, las mujeres de La Milpa han debido aprender a manipular productos con los que no están muy familiarizadas. Varias de ellas admiten haber modificado sus prácticas alimentarias por su participación en el tianguis y en el comedor, o al menos conocido otras maneras de consumir ciertos alimentos (por ejemplo, los nopales).<sup>38</sup> Estos cambios son notables en términos de cantidad de legumbres frescas consumidas, o de la disminución de bebidas gaseosas en sus hogares. Ciertas mujeres llegaban incluso a reproducir en sus casas las recetas utilizadas en La Milpa (por ejemplo, el pan de maíz).<sup>39</sup> Es difícil verificar estas modificaciones, ya que el cambio de prácticas se inscribe en un campo de larga duración.

El tianguis es mencionado con frecuencia como un elemento detonador de estas transformaciones (mimetismo e intercambio de alimentos entre productores al término del tianguis). Este espacio de venta les ha permitido llevar a sus casas más legumbres y verduras; y aprendieron con quiénes podían abastecerse de productos sanos y frescos. Puede decirse que La Milpa fortaleció su toma de conciencia con respecto al origen del tianguis y permitió que los valores y la ética promovidos teóricamente

<sup>37</sup> Se respeta la identidad personal de las informantes, evitando dar criterios que puedan identificarlas.

<sup>38</sup> Los nopales son un alimento de reciente incorporación en la dieta local, ya que es una especie del altiplano mexicano, cuyo cultivo más sistemático en los Altos de Chiapas comienza a finales del siglo pasado.

<sup>39</sup> El maíz no es un cereal de fácil panificación, de allí que estas recetas sean algo innovador para las cocineras de La Milpa.

durante los talleres de reflexión se concretizaran de manera tangible. Igualmente, el tianguis ha facilitado ciertas prácticas, tanto para las cocineras de La Milpa como para las coordinadoras del equipo de apoyo.<sup>40</sup>

### *La importancia del reconocimiento*

Uno de los elementos recurrentes en las entrevistas se refiere a la importancia para las mujeres del comedor de ser «conocidas» y «reconocidas» en San Cristóbal, a nivel del colectivo, pero también desde el punto de vista individual. De ser mujeres etiquetadas como personas «pobres» a las que se dirigen los talleres para el desarrollo de capacidades, y de ser las «pequeñas» beneficiarias de los talleres, pasaron a ser donadoras de saberes y de técnicas. A manera de ejemplo, unos extranjeros vinieron a descubrir en la casa de una de ellas cómo se hacen las tortillas. La legitimación de sus conocimientos empíricos ha permitido una valorización de su trabajo, pero también un crecimiento de la confianza. Esta ganancia en autoestima les ha permitido atreverse a expresar y compartir sus vivencias con las personas ajenas al grupo, pero también con otras de su entorno. Ellas también han podido prodigar a otras los consejos relacionados sobre todo con los derechos de las mujeres.

Y eso le he ido platicando, y con los que platicamos les digo «la mujer también vale. Y nos cuidamos. La mujer tiene derecho a un descanso, a ir a pasear. Si hoy no quiero hacer nada, pues no» (informante 4, cocinera de La Milpa).

Antes nadie me conocía porque no salgo yo ni en la televisión ni en la radio. No me reconocían que vendo yo las tortillas. Pero ya que entré en este programa, fui a la televisión de Tuxtla, ya salí ahí, ya salgo en la radio, ya salgo en el internet. Y me siento contenta pues veo que ya me valoran por mi trabajo, porque antes no me valoraban cuando trabajaba (informante 5, cocinera de La Milpa).

La llegada de las tortilladoras industriales restó valor al trabajo de elaboración artesanal de la tortilla por considerarlo ingrato y peligroso para

<sup>40</sup> Conjuntamente con el proceso de aprendizaje de las cocineras, las dos acompañantes de la iniciativa también han podido aprovechar estos nuevos saberes, recetas y métodos de cocina. La adquisición de estas competencias —además de los cambios alimentarios en términos de nutrición— les ha permitido tener confianza en ellas y darse cuenta de que también son capaces de preparar comidas sabrosas.



la salud.<sup>41</sup> Muchas mujeres lo fueron abandonando<sup>42</sup> y los consumidores se orientaron hacia las tortilladoras industriales, enlazadas con las grandes cadenas de producción.<sup>43</sup> Pero después de algunos años, gracias en parte a los trabajos de varias organizaciones (como Mujeres y Maíz) que impulsan una reconsideración cultural del maíz y las tortillas, las mujeres tortilleras (como las de La Milpa) fueron recapacitando en la importancia de su trabajo para la sociedad mexicana en términos alimentarios y culturales al tiempo que aprendían poco a poco a tener cuidado de sí mismas e incorporaban en sus prácticas cotidianas las herramientas y las acciones promovidas por estas asociaciones.<sup>44</sup>

### De un comercio de proximidad a nuevas movilidades espaciales

Algunas de las experiencias de economía popular devinieron «formales» y «sedentarias» y permitieron «a las mujeres participar en los espacios públicos, nacionales e internacionales, así como en los movimientos y en redes» (Nobre y Vides 2011:238). Desde que se incorporaron en la iniciativa del tianguis y más tarde en La Milpa, ciertas mujeres han ido más allá de las fronteras de San Cristóbal: Oaxaca, Cancún e incluso algunas de ellas han «atravesado el charco» para viajar a Europa (Italia, particularmente). En una escala más pequeña, para aquellas mujeres originarias de Teopisca, el trabajo en San Cristóbal les ha permitido incrementar su círculo de conocidos y al mismo tiempo deshacerse de algunos prejuicios, de sentirse más libres y de aclimatarse a la «gran ciudad». Conociendo nuevas personas, se integran en otros espacios, y de ese modo han tenido la posibilidad de ampliar sus redes y sus movilidades.

<sup>41</sup> Principalmente problemas de reumatismo e infecciones pulmonares.

<sup>42</sup> Una de las coordinadoras nos ha contado la historia de una mujer que hacía tortillas y no quería que su hija siguiera su camino. Ella veía en esta opción un fracaso como madre. Algunos años más tarde, esta misma coordinadora ha reencontrado esa familia. La madre y la hija vendían juntas las tortillas de maíz. El discurso de la vendedora de tortillas había cambiado completamente. Ella hablaba de su trabajo como algo esencial para la sociedad mexicana, como una actividad que no debería abandonarse.

<sup>43</sup> La cadena Maseca ha logrado ligar la producción en campo de maíz en Estados Unidos; su importación a México conlleva la transformación del grano en harina, para llegar posteriormente a las tortilladoras con equipo estandarizado que se ubican en los barrios. Quizás lo más sorprendentemente agresivo de este modelo de comercialización es la distribución en motocicletas en los barrios urbanos e incluso en las zonas rurales.

<sup>44</sup> Por ejemplo, la utilización de cierto tipo de fogones menos dañinos por la emisión de gases y más efectivos para la utilización de la leña, los cuales fueron promovidos y financiados por el proyecto Mujeres y Maíz.

El entrelazamiento entre la fuerte dimensión emotiva de la actividad de la cocina y las relaciones sociales que implica la gestión «colectiva» de un restaurante nos interroga sobre los conflictos inherentes a la aventura humana del comedor.<sup>45</sup> Considerar la alimentación y el cuidado de manera política implica asumir el comedor como una arena;<sup>46</sup> es decir, un lugar donde se enfrentan diferentes valores, maneras de cocinar y relaciones de fuerzas. Estas oposiciones son múltiples y pueden tomar diferentes formas.

Esta vía, que se ubica dentro de proyectos o de ONG que promueven «la emancipación» y «el desarrollo de capacidades» de ciertos grupos particulares, suele quedar oculta por las mismas estructuras. Sin poner en duda las loables intenciones de este tipo de experiencias, parece importante evidenciar el riesgo generado por lo que Emilie Ronflard llama «el mito de lo asociativo» (2012). Para él, la actividad asociativa no es necesariamente sinónimo de liberación o autorrealización. La acción colectiva promovida por estas estructuras no debe omitir la búsqueda permanente de la mismidad. Para devenir un sujeto político es necesario inicialmente construirse a sí mismo, y principalmente a través de una reflexión de lo cotidiano.

La experiencia individual es primordial antes de cualquier tipo de compromiso colectivo.<sup>47</sup> Por ello, el *care* entendido en su dimensión política implica cambios. Si se omiten ciertos aspectos, los objetivos fijados inicialmente pueden tener consecuencias inesperadas,<sup>48</sup> incluso generar

<sup>45</sup> Aún más porque La Milpa ha vivido sus últimas horas durante nuestra investigación de campo. Sin conocer suficientemente las dinámicas de los tres años anteriores y las razones de estos robos, nos fue permitido observar las relaciones entre las diferentes actrices y sus posicionamientos al estallar el conflicto.

<sup>46</sup> Nosotras lo entendemos en el sentido que da Jean-Pierre Olivier de Sardan, a saber, el lugar «donde los grupos estratégicos heterogéneos se enfrentan, movidos por intereses (materiales o simbólicos) más o menos compatibles» (Oliver 1993:13).

<sup>47</sup> Si este orden no es respetado, el peligro para las personas objetivo de estas asociaciones es el de sentirse rebasadas por los acontecimientos. Le Bot y Ronflard lo explican en términos de que «Todo parece ir más rápido y ellas son atrapadas en un torbellino de cambios que ellas acompañan o que las lleva, pero que no viene de ellas mismas [...] Ellas contemplan con perplejidad la eferescencia de estos 'asociativos' que se presentan para incitarlas a defender sus derechos. Lo que ellas desean es tomar el control de sus vidas y sentirse bien con ellas mismas» (Le Bot y Ronflard 2009:265).

<sup>48</sup> A manera de ejemplo, una antigua cocinera de La Milpa nos contaba las motivaciones de su compromiso por formar parte de los cambios sociales impulsados por el movimiento zapatista y la Iglesia, a través de la Teología de la liberación. Su deseo era «impulsar cosas que cambien la sociedad». Para ella, los cambios deben venir de la sociedad civil y no del Estado.

conflictos o situaciones más graves. Esta reflexión permite interrogarse sobre las consecuencias del proceso de «empoderamiento»<sup>49</sup> de las cocineras de La Milpa y principalmente sobre la toma de poder de ciertas mujeres sobre otras. De algún modo, el comedor servía de «refugio», de lugar de protección, pero las solidaridades presentes dentro del grupo no eran automáticamente democráticas (Hillenkamp 2013:225). Como lo explica Isabelle Hillenkamp, «en el caso del grupo doméstico, la protección es indisociable de la jerarquización de las necesidades de los miembros reconocidos por el grupo, principalmente en función de la edad y el sexo» (2013:225). Esta autora agrega que «la economía popular aparece como el lugar potencial de compartir, particularmente inequitativo». Querer romper con este esquema estableciendo una forma compartida de la autoridad en La Milpa no resultó un proceso fácil.

La utilización del término «comunitario» para designar La Milpa implicaba una igualdad entre todas las cocineras. No había una jefa ni chef o «líder» designada. Las mujeres trabajaban en binomio. Este funcionamiento normalmente debía permitir los intercambios de saberes y la ayuda entre ambas personas. No obstante, detrás de este ideal de solidaridad se escondían relaciones de poder y roles asimétricos.

En las organizaciones que se reivindican sin jerarquía formal es recurrente que una persona termine por distinguirse. Ya sea que por sí misma se destaque asumiendo más poder, o porque los otros integrantes del grupo tengan la tendencia a delegarle las responsabilidades que ellos no quieran asumir. En el comedor este fenómeno se reforzó por la dimensión simbólica del «espacio de cocina». El espacio privado donde se prepara la comida—lugar íntimo y familiar— suele ser el dominio privilegiado de una sola persona. El «espacio intermedio» de La Milpa no modificaba estas dinámicas. La persona habituada a dirigir en su cocina familiar seguía siendo una «controladora» y continuaba tomando las decisiones y dando las órdenes. Si había otras personas presentes, ellas asumían el rol de ejecutantes. De manera general y análoga a la cocina del hogar, en La Milpa fue la mujer de más edad la que normalmente jugó el rol de «directora de orquesta». A manera de ejemplo, las más jóvenes tenían tendencia a orientar a la coordinadora general con las cocineras de más edad cuando

<sup>49</sup> Concebimos el empoderamiento como la «capacidad de hacer elecciones» que permitan tener «poder de transformación». Nosotras nos apoyamos en la definición de Williams Ninacs y Sophie Charlier para quienes es «un proceso de formación, de reforzamiento, de capacidad de toma de decisión en sus elecciones de vida y de sociedad, individuales y colectivas» (Charlier 2006:8).

se trataba de tomar una decisión. Estas últimas justificaban sus acciones por el temor a ser reprendidas por alguna de las cocineras mayores y que se enojaran con ellas. Para la coordinadora, se trataba sobre todo de una falta de responsabilidad de las más jóvenes, quienes no querían asumir ciertas posiciones o actitudes.

No todas las mujeres de La Milpa eran originarias de San Cristóbal. Algunas venían en transporte público desde Teopisca para trabajar en el comedor. Las representaciones asociadas a estas identidades espaciales constituían uno de los factores de distinción y de hostilidad entre las integrantes del grupo. Como lo indica Soto Villagrán (2011:9), el espacio «como escenario estratégico para pensar la alteridad» debe tomarse en consideración; y más seriamente en situaciones conflictivas.

Para una de las coordinadoras, las personas que viven en Jovel<sup>50</sup> tienen comportamientos individualistas. Según ella, es una manera de poder seguir en un ambiente urbano. Estos individuos —y particularmente aquellos que han llegado recientemente del campo— habitan en lo que ella llama «núcleos familiares extensos»: una forma híbrida entre familia nuclear y familia extensa. Además de la pareja (o de una persona soltera) y los niños, los hogares reagrupan más frecuentemente a los abuelos o los suegros y/o yernos o nueras. Estos son los hogares ampliados, pero que tienen dinámicas urbanas. Sus maneras de actuar siguen siendo individuales incluso si se privilegian los intereses del grupo familiar. Además, muchos de estos hogares son dirigidos por una mujer (esposo ausente por migración o por fallecimiento). Por cuanto a Teopisca<sup>51</sup> se refiere, la situación varía un poco. Ni urbana ni rural, esta comunidad puede ser considerada como un espacio intermedio entre ciudad y campo. Se trata de una zona todavía rural, donde la mayor parte de las familias poseen una pequeña parcela. Las personas conocen la dinámica de los espacios colectivos propios de las comunidades rurales, pero gestionan el ámbito familiar cada vez más de manera individual.

Los resentimientos entre diferentes identidades culturales son igualmente debidos a la presencia minoritaria del grupo de Teopisca en La Milpa. El trayecto cotidiano entre sus domicilios y el comedor representaba un freno a sus implicaciones con el grupo. Siendo que el comedor estaba situado en San Cristóbal, las cocineras originarias de esta ciudad «estaban en su casa». <sup>52</sup> Ellas trabajaban en un ambiente espacial y social

<sup>50</sup> Nombre que también se da localmente a San Cristóbal de Las Casas.

<sup>51</sup> Cabecera municipal de menos de 40 000 habitantes.

<sup>52</sup> «Las de San Cristóbal se sentían como dueñas de La Milpa» (informante 3).

que les era familiar. Este «exceso» de confianza permitió apropiarse del espacio (del comedor) e invadir el territorio (personal) de sus homólogas de la ciudad vecina. Uno de los errores de La Milpa fue el de no haber reunido nunca a las mujeres de San Cristóbal con las de Teopisca en los talleres antes de la apertura del comedor. Cuando el comedor abrió, familias con códigos y dinámicas diferentes, que no se conocían anteriormente, tuvieron que aprender a colaborar.<sup>53</sup>

La perspectiva de género no considera a la familia como «unidad armoniosa y consensuada, sino como un sistema de relaciones de poder en el que el conflicto social puede contemplar una parte importante del poder» (León 1944:36, citado por González Torralbo 2012). Esta concepción permite entender las relaciones existentes entre conflictos familiares y conflictos internos a la organización. Como hemos mencionado anteriormente, «la emancipación» de una persona puede tener repercusiones sobre ciertos vínculos de solidaridad. A manera de ejemplo, una de las cocineras era fría con su madre y su hermana. Desde hacía algún tiempo, ella no se ocupaba más de sus niños y delegaba sus responsabilidades familiares a las otras mujeres de su hogar. Esta joven mamá estableció una amistad con ciertas compañeras de La Milpa y prefería pasar su tiempo con ellas, fuera de su hogar (en La Milpa). Esta situación fue despertando celos<sup>54</sup> entre las diferentes familias y miembros del colectivo. Para Ana Rodríguez Ruano fue en el contexto de estos resentimientos donde se produjeron los más grandes conflictos, porque frecuentemente «las cuidadoras» «pueden no querer ser sustituidas, porque la intimidad y la relación que implican estos momentos son apreciados por ellas mismas; ni las personas beneficiarias quieren que estas afecciones sean transferidas a otras» (Rodríguez 2012:313). Al distanciarse de su hogar, la joven cocinera había evolucionado como persona; sin embargo, su madre se encontraba en una

<sup>53</sup> El colectivo Mujeres y Maíz y el tianguis habían dado la oportunidad a ciertas mujeres de San Cristóbal y Teopisca para encontrarse, pero a consideración de una de las coordinadoras, no hubo dinámica de grupo entre las mujeres de ambas ciudades.

<sup>54</sup> ¿Celos, envidia? La diferencia es sutil entre estos dos términos. La envidia supone un sentimiento de deseo a la vista de la felicidad, de un objeto, de una característica, de ventajas del otro. Es cuestión del deseo de poseer aquello que otra persona tiene (que no es solo del orden material). Por cuanto a los celos, estos pueden ser definidos por «un sentimiento doloroso de miedo de ser reemplazado, engañado, que nace en una persona que tiene el deseo de exclusividad sobre la persona amada». En este último caso se trata de rivalidades emocionales que implican una tercera persona. En el caso del *care* y de las relaciones familiares, parece tratarse de dos nociones: «un sentimiento de deseo de A hacia una relación que mantienen B y C, un miedo de ser reemplazado». Esto no presupone que la relación familiar entre A y B sea una relación marcada por el afecto.

situación delicada pues al tener que ocuparse de sus nietos vio multiplicado su jornada de trabajo. La autoridad que había ejercido sobre su hija se vio perturbada. Si un miembro de una familia experimenta cambios personales en su vida, estas transformaciones pueden ser percibidas por la jefa de familia como transgresiones, e incluso como un peligro para la seguridad de la vida cotidiana del grupo familiar. La persona con más autoridad puede igualmente sentirse amenazada en su función (Pavez 2012).

### *Los conflictos en la milpa*

Es importante a tomar en cuenta la estructura del comedor en el análisis de los conflictos internos de la organización. La Milpa no se constituyó por la reunión de individuos aislados. Fue un reagrupamiento de varias unidades domésticas. Estas familias extensas no necesitaban exactamente nuevos vínculos con otros grupos, puesto que poseían previamente sus redes internas de solidaridad. Esta conformación originada entre diferentes «grupos» no facilitó la emergencia de un sentimiento colectivo. No parecía existir «un efecto espejo»<sup>55</sup> entre las integrantes. El hecho de que una mujer llevara un día a su niño al comedor pudo serle reprochado, aunque las otras cocineras también fueran madres de familia con los mismos problemas. Esta ausencia de empatía engendraba un *care* pernicioso y desacuerdos,<sup>56</sup> pues si bien existían redes de solidaridad, sucedía que cuando una familia atravesaba por una crisis importante (deceso o enfermedad), la situación repercutían en toda la organización, donde el aspecto íntimo y emotivo de la cocina ampliaba el fenómeno. También es cierto que unas familias acusaron a otras de sacar provecho material.<sup>57</sup> Además, como nosotras lo hemos mencionado anteriormente, cada hogar tiene una «controladora». Una mujer que está a cargo de tomar las decisiones en términos de *care* en su propia casa, dentro de La Milpa ve confrontada su autoridad ante el poder de otras «controladoras», lo cual

<sup>55</sup> En términos psicológicos.

<sup>56</sup> Una de las coordinadoras opinaba que una de las razones por las que esta conducta se podía encontrar en la estructura «familiar» de La Milpa era que una mujer de un grupo A no podría actuar con los niños de las mujeres del grupo B como si fueran los propios, y tampoco podían reprimirlos si la situación lo ameritaba.

<sup>57</sup> Varias de las cocineras hablaron sobre robos cometidos en la cocina. Si bien nosotras no hemos podido verificar estas acusaciones, es un tema recurrente. Una de las coordinadoras nos ha explicado que, a inicios del comedor, ellas estuvieron obligadas a guardar ciertos alimentos en la oficina de la coordinación para evitar que fueran sustraídos.

ocasiona un problema de liderazgo entre familias. Esta situación tuvo por consecuencia el retiro de ciertas mujeres. Ellas volvieron a sus hogares y restringieron sus actividades en La Milpa a la entrega de tortillas elaboradas en sus casas.

Igualmente, existían tensiones entre las cocineras del comedor y el equipo de coordinadoras. Estos dos grupos no parecían tener los mismos intereses. Para las primeras, las mujeres del equipo de apoyo eran las «coordinadoras»; mientras que estas mismas «organizadoras» se consideraban «acompañantes» del proceso de La Milpa. Esta sutilidad de lenguaje refleja las diferentes concepciones de la gestión de la actividad.

Por lo tanto, en estas distintas percepciones podría encontrarse uno de los factores de origen de las tensiones entre el equipo de cocina y el grupo de coordinación. Estos desacuerdos latentes fueron influyendo poco a poco en la comunicación entre los dos grupos, hasta llegar a la ausencia de intercambios de información. Varias razones eran invocadas por las mujeres del comedor: falta de respeto, abuso de autoridad, condescendencia. Para luchar contra este poder dominante, las cocineras habían elaborado una estrategia que consistía en rechazar ciertas tareas en el establecimiento. Algunas de las expresiones de este tipo eran: «¡Yo no lo hago!», «¡Que se enoje si quiere!», «¡Y si quiere que se haga, que ella lo haga!». Este tipo de respuestas a las sugerencias del equipo de coordinación tenía por objetivo contrariar a la responsable, con quien el equipo estaba en oposición. Poco a poco, entonces, le fueron achacando todas las frustraciones en el trabajo, pero también personales de las mujeres de La Milpa. En la incapacidad de expresar estos no-dichos emocionales,<sup>58</sup> las cocineras también transfirieron una parte de sus insatisfacciones sobre ellas mismas. Este fenómeno ha sido amplificado por varios factores. Por un lado, es lo que se puede calificar como un «efecto de número»: las mujeres en grupo osaban hacer cosas que no se atreverían a hacer estando solas. Por otra parte, la existencia de ciertos rencores y celos motivados por la relación diferenciada que mantenía una de las coordinadoras con una de las familias.<sup>59</sup> Así, como lo explican Nobre y Vides, «la autogestión como principio supone la creación de relaciones entre iguales» (2011:253). Pero la creación de vínculos no jerárquicos es un proceso que demanda

<sup>58</sup> Como lo explica una de las mujeres del equipo de apoyo: «eso era lo que afectaba muchísimo, que no se platicaban entre ellas; simplemente, si tengo un problema es mío, tú no tienes por qué saberlo».

<sup>59</sup> En efecto, esta coordinadora era la madrina de uno de los niños de una familia del comedor y, por ello, comadre de una de las cocineras de La Milpa.

mucho esfuerzo y tiempo. En los hechos, las diferencias de estatus entre cocineras y coordinadoras existían y engendraron relaciones de subordinación (incluso involuntarias e inconscientes). Como ejemplo, las cocineras jamás dejaron de utilizar el «usted» como una forma de cortesía y respeto para dirigirse a la coordinadora principal, aun cuando esta les pidió tutearla. Este comportamiento instaurado por las mujeres del comedor reviste una cierta forma de distanciamiento. Esta situación generó relaciones asimétricas y no recíprocas, porque la responsable del equipo de apoyo las tuteaba. Además, tal vez el desinterés expresado por ciertas cocineras con respecto a La Milpa fue una salida a esta confrontación, como una forma de resistencia a una autoridad exterior.

Estas diferencias nos hacen cuestionarnos sobre la estructura misma de La Milpa. Principalmente sobre las contradicciones entre los deseos de independencia del proyecto y las dependencias reales entre la pequeña cocina económica y los apoyos del equipo de coordinación (financieros, pero también organizacionales). Uno de los acontecimientos que ilustran esta intención concierne a las consecuencias de la reforma fiscal del Estado mencionada arriba. Posteriormente a este cambio administrativo, las mujeres de la cocina se declararon incapaces de elaborar por ellas mismas las facturas para el pago de impuestos. Esta tarea, que antes ellas realizaban, pasó a ser una responsabilidad del equipo de coordinación, y con ello se establecieron desventajas y dependencias en este sentido.

Por otro lado, en el comedor, la utilización del término «comunitario» no hace referencia a una dimensión «cultural» o «identitaria». La noción de comunidad de La Milpa es «fabricada» por el exterior y no es inherente al grupo.<sup>60</sup> Para devenir una «comunidad» hace falta un sentimiento de pertenencia (mezcla de confianza y de visión común). Los lazos de solidaridad supuestamente creados al momento de la creación de La Milpa debían servir de artificio de seguridad en caso de crisis económica. Lo que en un inicio fue un proyecto colectivo constituido por varias familias, que tenían por objetivo la creación de una red comunitaria a largo plazo, fue cambiado en un establecimiento comercial en el que los intereses

<sup>60</sup> Por otra parte, puede ser interesante yuxtaponer la distinción manejada por Maurice Halbwachs entre los términos de *común* y de *colectivo* a la situación de La Milpa. Según el sociólogo francés, el colectivo, al contrario del común, «se asocia a la idea de una reunión de individuos que toman conciencia de la comodidad de sus presencias mutuas, y que la consideran como un medio para llegar a un fin, que puede ser simplemente el hecho de sobrevivir». La comunión sirve de base a la comunidad cuando la comunicación es el fundamento de la colectividad (citado por Delgado 2005:53).



familiares y personales prevalecían sobre los del grupo.<sup>61</sup> Los utensilios regresaron a las cocinas de los diferentes hogares cuando se cerraron las puertas del comedor.

*Cuando «mercantil» no es igual que «individualismo»*

Estas últimas reflexiones nos llevaron a ampliar el estudio de caso de La Milpa a otro tipo de estructura de restauración económica: las «cocinas económicas» más comúnmente llamadas «fondas», ubicadas frecuentemente dentro de los mercados públicos. Estos pequeños comercios, emergidos de iniciativas individuales y privadas, no se reivindicaban abiertamente como proyectos solidarios. Antes de cualquier otra razón, la ganancia económica es la primera motivación de un comedor popular de este tipo. Por ello, estas pequeñas organizaciones «mercantiles» suelen ser desdeñadas en los estudios que toman en consideración los valores de *care* y reciprocidad.

No obstante, tomando como objeto de estudio un «comedor» del mercado municipal Mercaltos, es indudable que estas pequeñas cocinas económicas se insertan igualmente dentro de sistemas organizacionales bien definidos, así como en las redes de solidaridad en las que están presentes los lazos de ayuda mutua. A manera de ejemplo, los productores abastecen este comedor de productos alimentarios cada mañana. Y cada tarde, la propietaria del establecimiento<sup>62</sup> les paga con lo obtenido por las ventas durante el día. Si un día ella necesita menos productos, solo se los informa oportunamente. Esto permite evitar las deudas. Concerniente al aspecto alimentario, un vaso de agua fresca normalmente es ofrecido con el menú del día. Por el contrario, si el consumidor desea una bebida embotellada, debe pagar un precio adicional. Además, esta pequeña actividad de cocina posee también elementos del mundo doméstico. Los comensales se sientan en grandes mesas colectivas, los locales son angostos y se parecen mucho a una cocina familiar (decoración y disposición).

<sup>61</sup> Esta situación reúne los elementos de empoderamiento que hemos mencionado. Como lo afirma la filósofa estadounidense Nancy Fraser, la destrucción de la dominación puede provocar una diferenciación e individualización de las personas y «destruir las bases de la ética solidaria de la protección social, y promover así la mercantilización» (Fraser 2010:21).

<sup>62</sup> Suelen ser mujeres las que participan en este tipo de iniciativas.

### Conclusiones: La Milpa, «una historia no concluida»

Estos elementos nos interrogan sobre los resultados del estudio. El proyecto de La Milpa buscó ser virtuoso y con una visión del cuidado. Pero las malas relaciones entre sus integrantes han frenado sus pretensiones. Las tensiones internas condujeron a la clausura del establecimiento. Igualmente, el estudio de otras estructuras de restauración permitió esclarecer otras pistas de análisis y rebasar las ideas recibidas en relación con las experiencias asociativas y con las iniciativas mercantiles.

No sería correcto interpretar el cierre del comedor únicamente a partir de las hostilidades internas. El conflicto no es necesariamente nefasto en la vida social y puede ser considerado como una forma de socialización unificadora (Simmel 2003).<sup>63</sup> De esta manera, el cese de su actividad no debe percibirse solo como un fracaso, sino como una ruptura, una bifurcación en una situación social.<sup>64</sup> Esta visión dinámica de las relaciones sociales permite tener otra mirada en el cese de la actividad del comedor. Por ejemplo, se puede analizar el comportamiento de las cocineras en la última reunión de La Milpa como una forma tangible de «autocuidado» y «de afirmación de sí mismas». Durante la última mesa redonda, una de las cocineras evocaba el estatus de las mujeres que habitualmente permanecen calladas sobre sus derechos, y en ese momento una de sus colegas se sublevó y exclamó: «yo voy a dejar La Milpa porque no me gusta esta manera de tratarme».<sup>65</sup> Esta acción significativa y esta expresión de confianza muestra que ellas han preferido tomar cuidado de ellas mismas y «colgar los delantales», sin importar la seguridad monetaria que les representaba. Igualmente, las emociones negativas que estas mujeres han percibido les permitieron tomar conciencia de que las cosas podían y debían ser diferentes porque las emociones juegan un rol mediador en la toma de conciencia de una situación (Pavez 2012).

<sup>63</sup> Según Georg Simmel, los conflictos son incluso la expresión activa de este proceso social. Según él, las oposiciones disocian a los individuos cuando el conflicto reúne. Una vez que este ha estallado, la vía que seguirá «conducirá a cierto tipo de unidad, cualquiera que sea, incluso si pasa por la destrucción de una de las partes» (Simmel 2003:19).

<sup>64</sup> «Bifurcación» en el sentido propuesto por Michel Grossetti, es decir, una situación en la cual «una secuencia de acción parcialmente imprevisible produce efectos duraderos» (Grossetti 2006:12).

<sup>65</sup> Notamos que las mujeres que antes habían tenido la experiencia en otras organizaciones en relación con el movimiento zapatista y el medio eclesiástico de San Cristóbal fueron las primeras en abandonar La Milpa. Una explicación de esto sería que ellas ya estaban sensibilizadas a los derechos de las mujeres y políticamente concientizadas.

Si bien los antagonismos y las querellas entre las cocineras y el equipo de coordinación quedaron saldados al momento de la interrupción del ejercicio de la cocina, también han permitido un cierto consenso. La experiencia iniciada tres años antes no podía continuar. Las emociones sentidas por todas las protagonistas tuvieron un punto culminante, que permitió la explosión del conflicto, y luego el cambio consecuente.

Por ello, es interesante señalar el carácter procesual del comedor, ya que no es un fin en sí mismo, sino un tiempo de experimentación. Esta perspectiva nos permite tener una mirada incluso una vez que la experiencia ha concluido. La Milpa apareció en respuesta a las iniciativas del tianguis y del colectivo Mujeres y Maíz. Esta «nueva rama», como la califican las coordinadoras, ha sembrado algunos granos. Los cambios inducidos no van a desaparecer una vez cerradas las puertas del comedor. Entre las mujeres que lo abandonaron, algunas trabajan ahora por su cuenta. Por cuanto a las coordinadoras del equipo de apoyo, ellas siguen igualmente otros proyectos. Han comenzado a trabajar con numerosos grupos de mujeres en el medio rural de los alrededores de Teopisca. Esta vez introduciendo los talleres consagrados a la gestión de las emociones. El conflicto en La Milpa, entonces, rompió ciertos lazos y ha reforzado otros.

Finalmente, el estudio microsociedad y local conducido en el marco de esta investigación ha permitido esclarecer cierto número de puntos propicios a la discusión. Por un lado, el trabajo de campo efectuado en el interior de La Milpa cuestiona los proyectos conducidos por organismos y asociaciones que promueven «un desarrollo de capacidades». ¿De qué capacidades hablamos? ¿Estas nuevas tareas toman en cuenta la vida doméstica y la división sexual del trabajo? ¿De qué libertad se trata? De igual modo, esta situación cuestiona el rol y la utilidad de los talleres ofrecidos a las mujeres. En tanto «personas objetivo» (de sexo femenino y de escasos recursos), ellas son consideradas como «vulnerables» y solicitadas para participar en actividades de formación y capacitación. Pero ¿no se ha mencionado en el estudio teórico del *care* que la vulnerabilidad es lo propio de todo ser humano? Entonces, ¿qué debe entenderse cuando un organismo de desarrollo habla de «lucha contra la vulnerabilidad»? Plantear estas preguntas es jugar un poco al «abogado del diablo». No obstante, gracias al *care*, ellas permiten considerar nuevas perspectivas: cuestionar lo «comunitario» resaltado por el comedor o las formas de colonialidad.

En Chiapas, las relaciones sociales de clase y de «raza» siguen siendo regidas por la modernidad colonial (Masson 2008).<sup>66</sup> Si son del tipo simbólico, pueden estar disimuladas y ejercidas de manera inconsciente. La relación asimétrica entre donador y receptor puede convertirse en una relación de dominación, que Philippe Chanial llama «un don envenenado» (2012:81). Durante los primeros años del comedor, las mujeres que no lo habían abandonado se encontraron en una posición de subalternas. Posiblemente frente a esta relación de poder se activó un mecanismo patriarcal y colonial (Pavez 2012). Así, en el proceso de cambio que siguió las mujeres se reafirmaron como personas. Esta acción se refleja en las palabras lanzadas por una de las cocineras al dirigirse a una de sus compañeras de trabajo durante la última reunión del grupo: «puedes decir no si tú quieres».

## Bibliografía

- ARENDETT, HANNAH  
1961 *Condition de l'homme moderne*, París, Pocket.
- BOFF, LEONARDO  
2002 *El cuidado esencial: Ética de lo humano, compasión por la tierra*, Madrid, Trotta.
- BOUVIER, PIERRE  
2000 *La socio-anthropologie*, París, Armand Collin.
- BRUGÈRE, FABIENNE  
2011 *L'éthique du «care»*, París, Presses Universitaires de France (PUF), pp. 127.
- BUSTAMANTE OLIVERA, MERCEDES, FLOR MARINA BERMUDEZ URBINA Y MAURICIO ARELLANO NUCAMENDI,  
2014 *Subordinaciones estructurales de género. Las mujeres marginales de Chiapas frente a la crisis*, Centro de Estudios Superiores de México y Centroamérica (CESMECA)/Juan Pablos Editores.
- CAIRNS, KATE, JOSÉE JOHNSTON Y SHYON BAUMANN  
2010 «Caring about food: Doing gender in the foodie kitchen», *Gender & Society*, 24(5), pp. 591-615, <<https://joseejohnston.files.wordpress.com/2014/10/gender-and-society-2010.pdf>>.

<sup>66</sup> Es decir, para retomar los términos de «la colonialidad del poder» de Aníbal Quijano, «que se remite a la integralidad de las relaciones de dominación, materiales y simbólicas, derivando de la colonización de América Latina y el Caribe y teniendo marcados a sus pueblos, culturas y naciones de la huella de la 'diferencia colonial' y de la 'dependencia geopolítica'» (citado por Masson 2008:188).

CARRASCO, CRISTINA

2011 «La economía del cuidado: planteamiento actual y desafíos pendientes», *Revista de Economía Crítica*, 11, pp. 205-225.

2013 «El cuidado como eje vertebrador de una nueva economía», *Cuadernos de relaciones laborales*, 31(1), pp. 39-56.

CHANIAL, PHILIPPE

2012 «Don et care: une famille (politique) à recomposer?», *Revista du MAUSS*, 39, pp. 67-88.

CHARLIER, SOPHIE

2006 «L'empowerment des femmes dans les organisations de commerce équitable : une proposition méthodologique», en Claude Auroi e Isabel Yépez del Castillo (dirs.), *Economie solidaire et commerce équitable. Acteurs et Actrices d'Europe et d'Amérique latine*, Génova, UCL/Presses Universitaires de Louvain, pp. 87-109.

COLLOMBON, MAYA

2013 «Les à-côtés du zapatisme contemporain. Réseaux de résistance et mobilisations dans le Chiapas des années 2000», *Revista Mouvements*, 76, pp. 117-129.

DELGADO RUIZ, MANUEL

2005 «Espacio público y comunidad. De la verdad comunitaria a la comunicación generalizada», en Miguel Lisbona, *La comunidad a debate: reflexiones sobre el concepto de comunidad en el México contemporáneo*, México, El Colegio de Michoacán, pp. 39-61.

DUBUISSON-QUELLIER, SOPHIE Y CLAIRE LAMINE

2004 «Faire le marché autrement. L'abonnement à un panier de fruits et de légumes comme forme d'engagement politique des consommateurs», *Sciences de la société*, 62, pp. 144-167.

ESQUIVEL, LAURA

2009 *Chocolat amer (Como agua para chocolate)*, París, Gallimard.

FISCHLER, CLAUDE

1990 *L'Homnivore*, París, Odile Jacob.

2001 *L'Homnivore. Le goût, la cuisine et le corps*, París, Odile Jacob.

FOURNIER, TRISTAN ET AL.

2015 «L'alimentation, arme du genre», *Journal des anthropologues*, 140-141, pp. 1-32.

FRASER, NANCY

2010 «Marchandisation, protection sociale et émancipation», *Revista de l'OFCE*, 114, pp. 12-28.

GILLIGAN, CAROL

2009 «Le care, éthique féminine ou éthique féministe?», en *Revista Multitudes*, 37-38, pp.76-78.

2008 *Une voix différente. Pour une éthique du care*, París, Flammarion.

GONZALES BUTRON, MARIA ARCELIA

2012 «Aportes teóricos desde practicas alternativas en América latina», *Revista Iberoamericana de Autogestión y Acción Comunal*, 60, pp. 213-232.

GONZÁLEZ TORRALBO, HERMINIA

2012 «Poner los cuidados en el centro: hacia una reflexión teórica para el análisis del género y el parentesco en la migración», en Gregorio Gil, Carmen y Castaneda Salgado, Martha Patricia (coord.), *Mujeres y Hombres en el mundo global – Antropología feminista en América Latina y España*, México, Siglo XXI Editores/UNAM, pp. 145-157.

GROSSETTI, MICHEL

2006 «L'imprévisibilité dans les parcours sociaux», *Cahiers internationaux de sociologie*, 120, pp. 5-28.

GUÉRIN, ISABELLE

2006 «Femmes et Economie solidaire (2)», en *Dictionnaire de l'autre économie*, París, Gallimard, pp. 410-417.

GUÉRIN, ISABELLE, MADELEINE HERSENT Y LAURENT FRAISSE

2011 *Femmes, économie et développement: de la résistance à la justice sociale*, Toulouse, Éditions ird Érès.

GUÉTAT-BERNARD, HÉLÈNE Y MAGALIE SAUSSEY, (DIRS.)

2014 *Genre et Savoirs – pratiques et innovations rurales au Sud*, Toulouse, Éditions ird Érès.

HILLENKAMP, ISABELLE Y JEAN-LOUIS LAVILLE (DIRS.)

2013 *Socioéconomie et démocratie, l'actualité de Karl Polanyi*, Toulouse, Éditions ird Érès.

HINKELAMMERT, FRANZ Y HENRY MORA

2009 «Por una economía orientada hacia la reproducción de la vida», *Iconos*, Revista de Ciencias Sociales, 33, Quito, pp. 39-49.

HINRICHS, C. CLARE

2003 «The practice and politics of food system localization», *Journal of rural studies*, 19(1), pp. 33-35.

- HOVORKA, ALICE, HENK DE ZEEUW Y MARY NJENGA  
 2009 *Women feeding cities: Mainstreaming gender in urban agriculture and food security*, Technical Centre for Agricultural and Rural Cooperation.
- ILLICH, IVAN  
 1982 *Le genre vernaculaire*, París, ediciones du Seuil.
- LARRÈRE, CATHERINE  
 2012 «L'éco-féminisme: féminisme écologique ou écologie féministe», en *Tracès*, 1, pp.105-121.
- LAUGIER, SANDRA  
 2012 *Tous vulnérables? Le care, les animaux et l'environnement*, París, Payot (Petite Bibliothèque Payot).
- LE BOT, YVON  
 2009 «Egales et différentes», *La grande révolte indienne*, París, Robert Laffont, pp. 245-280.
- LÉON, MAGDALENA  
 2009 «Cambiar la economía para cambiar la vida», en Alberto Acosta y Esperanza Martínez (comps.), *El buen vivir*, Quito, ediciones Abya-Yala.
- MASSON, SABINE  
 2008 «Histoire, rapports sociaux et mouvements des femmes indiennes au Chiapas (Mexique). Sur l'usage de l'histoire dans la recherche féministe postcoloniale», *Cahiers du Genre*, 44, pp. 185-203.
- MAUSS, MARCEL  
 2007(1924) *Essai sur le Don*, París, PUF, pp, 252.
- MOLINIER, PASCALE, SANDRA LAUGIER Y PATRICIA PAPERMAN  
 2009 *Qu'est-ce que le care? Souci des autres, sensibilité, responsabilité*, París, Payot (Petite Bibliothèque Payot).
- NOBRE, MYRIAM  
 2006 «Femmes et Economie solidaire (1)», *Dictionnaire de l'autre économie*, Gallimard, pp. 398-409.
- NOBRE, MYRIAM Y TAIS VIDES DE FREITAS  
 2011 «Possibilités et limites de la construction de l'égalité de genre dans l'Economie solidaire», *Femmes, économie et développement – de la résistance à la justice sociale*, Toulouse, Éditions ird Érès, pp. 237-254.
- OLIVIER DE SARDAN, JEAN-PIERRE  
 1995 *Anthropologie et développement. Essai en socio-anthropologie du changement social*, París, Karthala, pp. 221.

PAPERMAN, PATRICIA

2013 *Care et sentiments*, PUF, pp. 70.

PASINI, WILLY

2004 *Nourriture et amour*, París, Payot (Petite Bibliothèque Payot).

PAVEZ LIZARRAGA, AMAIA

2012 «Género y emociones en el ejercicio de la ciudadanía cotidiana», en Gregorio Gil, Carmen y Castaneda Salgado, Martha Patricia (coord.), *Mujeres y Hombres en el mundo global – Antropología feminista en América Latina y España*, México, Siglo XXI Editores/UNAM, pp. 322-335.

POULAIN, JEAN-PIERRE

2002 *Sociologies de l'alimentation*, París, PUF.

PULCINI, ELENA

2005 «Assujetties au don, sujets de don, réflexions sur le don et le sujet féminin», *Revista du MAUSS*, 25, pp. 325-338.

2012 «Donner le care», *Revue du MAUSS*, 39, pp. 49-66.

QUIROGA DÍAZ, NATALIA

2011 «Economía del cuidado. Reflexiones para un feminismo decolonial», *Revista Casa de la Mujer*, 20, pp. 97-116.

RODRÍGUEZ RUANO, ANA

2012 «Cuidados, dependencias y relaciones de género: algunos nuevos interrogantes», en Gregorio Gil, Carmen y Castañeda Salgado, Martha Patricia (coord.), *Mujeres y Hombres en el mundo global – Antropología feminista en América Latina y España*, México, Siglo XXI Editores/UNAM, pp. 310-322.

SIMMEL, GEORG

2003 *Le Conflit*, París, Circé.

SOTO VILLAGRÁN, PAULA

2011 «La ciudad pensada, la ciudad vivida, la ciudad imaginada. Reflexiones teóricas y empíricas», *La ventana*, 3(34) julio-diciembre.

TRONTO, JOAN

2008 «Du care», *Revista du MAUSS*, 32, pp. 243-265.

2009 *Un monde vulnérable. Pour une politique du 'care'*, París, La Découverte.

VILLAFUERTE-SOLÍS, DANIEL

2015 «Crisis rural, pobreza y hambre en Chiapas», *LiminaR*, Revista de Estudios Sociales y Humanísticos, 12(1), San Cristóbal de Las Casas, Chiapas, pp. 13-28.



*«La comida de aquí». Retos y realidades de los circuitos  
cortos de comercialización*

DE ALMA AMALIA GONZÁLEZ CABAÑAS, RONALD NIGH Y MICHAËL POUZENC  
(COORDINADORES)

terminó de imprimirse en septiembre de 2020 en los talleres de Gráfica Premier, S.A de C.V., ubicados en 5 de febrero 2039, col. San Jerónimo Chichahualco, C. P. 52170, Metepec, Estado de México. Los interiores se tiraron sobre papel Snow Cream de 60 g y los forros sobre cartulina sulfatada de 14 pts. En la composición tipográfica se utilizaron las familias Minion Pro y Covington. El tiraje fue de 250 ejemplares. La diagramación y edición estuvieron al cuidado de Gustavo Peñalosa C.

«LA COMIDA DE AQUÍ»  
RETOS Y REALIDADES DE LOS CIRCUITOS  
CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN

ALMA AMALIA GONZÁLEZ CABAÑAS  
RONALD NIGH  
MICHAËL POUZENC (COORDINADORES)

La multiplicación de los mercados locales alternativos se observa por todas partes del mundo y la colaboración entre México y Francia del proyecto inicial que dio origen a los trabajos aquí presentados ha permitido comprender mejor el fenómeno. A través de la diversidad de contextos y la abundancia de iniciativas se van delineando cuestiones que permiten explicar ¿quiénes son esos cultivadores, comientes y comerciantes que hacen posible los circuitos cortos? ¿Cuáles son los roles de quienes participan en los procesos de certificación? ¿Cuál es el significado de estas dinámicas? Bajo estas nuevas formas de colaboración y de la incorporación de valores éticos en los alimentos, ¿será posible desarrollar una agroecología para todos? Más allá de las particularidades encontradas, los autores de esta obra sitúan elementos que permiten asegurar que los circuitos cortos de comercialización buscan crear un nuevo modelo de sociedad...

