



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**LAS REDES ALIMENTARIAS ALTERNATIVAS:
UN ANÁLISIS DESDE LA EXPERIENCIA
DE LOS AGRICULTORES URBANOS**

TESIS
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA:

FRINÉ ATENEA ORTIZ COSSÍO

DIRECTOR DE TESIS:
DR. TOMMASO GRAVANTE

CIUDAD UNIVERSITARIA, CD. MX., 2022





Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**Investigación realizada gracias al Programa UNAM-PAPIIT
<IA300221> con el título de “Activismo urbano de base y futuros
alternativos en tiempo de crisis”.**

Agradecimientos

A mis padres por brindarme su apoyo en cada uno de los pasos que he dado para concluir con esta etapa de mi vida.

Al Dr. Tommaso Gravante por tenerme paciencia, confiar en mí y guiarme a lo largo de este proceso. De igual forma agradezco a la Dra. Alice Poma por encaminarme en este proyecto y por ser una excelente maestra y tutora.

A los profesores Jorge Sandoval y Francisco Lemus por apoyarme cuando más lo necesitaba y por su dedicación con cada uno de los alumnos que pasa por sus clases.

Por último y no menos importante, gracias a mi familia y amigos que siempre llegaban con la misma pregunta, ¿y la tesis?, a lo que yo contestaba, ahí va. Me la recordaron cuando no quería saber nada de ella y al mismo tiempo me impulsaron a continuar. También a Abraham por escucharme y en cada momento de estrés tener un mensaje positivo que dar.

Especialmente quiero dedicar esta tesis a mi madre, a mi abuelita, a mis tías Ana, María y Socorro, a mis primas y a mis amigas, porque son mujeres que admiro y han puesto mucho esfuerzo en conseguir cada uno de sus sueños. Eso me ha inspirado a superarme, porque me han demostrado que siempre se puede salir adelante en cada meta que nos proponamos.

Muchas Gracias.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO 1. CRISIS ALIMENTARIA EN LA CIUDAD: CAUSAS Y CONSECUENCIAS	9
1.1 Las revoluciones verdes	9
1.2 La implementación de las políticas neoliberales en el campo mexicano	15
1.3 Ciudad y problemática alimentaria en tiempos neoliberales	19
1.4 La crítica social al neoliberalismo	21
CAPÍTULO 2. LAS REDES ALIMENTARIAS ALTERNATIVAS (RAA) COMO UNA RESPUESTA SOCIAL	26
2.1 Las RAA: definición y principales características	26
2.2 Las experiencias en México	32
2.3 Contradicciones y límites de las RAA	37
2.4 Los enfoques de estudio de las RAA	41
2.5 La prefiguración política como enfoque de análisis de las RAA	44
CAPÍTULO 3. MARCO METODOLÓGICO	49
3.1 El diseño de la investigación	50
3.2 El trabajo de campo	51
3.3 La observación participante	52
3.4 Encuesta	58
3.5 Las entrevistas en profundidad	66
3.6 Presentación de los casos de estudio	71
CAPÍTULO 4. EL ANÁLISIS DE LOS DATOS	73
4.1 Perfil de los productores agroecológicos de las RAA en la Ciudad de México	74
4.2 La experiencia de los agricultores y las agricultoras en las RAA	87

4.2.1	¿Qué significan las RAA para los agricultores urbanos?	88
	Las RAA como comunidad	88
	La RAA como TAZ	99
	Las dificultades	102
4.2.2	La práctica agroecológica como una elección para la vida	106
	Las motivaciones: ¿por qué producir orgánico?	106
	¿Qué sucede con los agricultores convencionales?	117
	La democratización de los productos orgánicos	121
	Los desafíos de producir orgánico	123
4.2.3	¡Sí hay futuro! Las RAA para alimentar la esperanza	128
	Las RAA superan obstáculos	128
	La producción agroecológica como un trabajo digno	129
	Nuevos aprendizajes en el 2020	131
	Relación entre prácticas y valores	135
	CONCLUSIONES	139
	REFERENCIAS	147
	ANEXO 1	155

Introducción

En los últimos años las redes alimentarias alternativas (RAA) han emergido en distintas partes del mundo y la Ciudad de México no ha sido la excepción. Los datos muestran que el primer mercado de productores surgió en Nueva York en 1976, ideado para hacerle frente a las consecuencias negativas que experimentaron los productores rurales con la aparición de la Revolución Verde, la cual implicó una industrialización mundial de la actividad agrícola. Sin embargo, fue a partir de los sujetos que dieron vida y emergieron desde el Movimiento Alterglobalización en 1999 que estas experiencias sociales se multiplicaron rápidamente.

El primer mercado de productores en la Ciudad de México surge en 2010, desde ese momento hasta el 2019 (año en el que inicia esta investigación), la academia mexicana no se ha interesado mucho en el estudio de este fenómeno urbano, lo que ha provocado una limitada cantidad de investigaciones y datos sobre estas experiencias. Así es como surge la inquietud de conocer estos espacios sociales desde la mirada de los agricultores urbanos, que al mismo tiempo que las RAA son escasamente estudiados y también poco conocidos por los propios habitantes de la urbe mexicana.

Por lo anterior, la presente investigación se centra en la siguiente pregunta: ¿cómo interpretan los agricultores urbanos su experiencia en los mercados alternativos?. Para contestarla se plantean los siguientes objetivos:

- a) determinar la importancia que tienen las redes alimentarias alternativas para los productores agroecológicos.
- b) identificar los valores que están relacionados a sus prácticas.

En este sentido, la hipótesis principal que guía esta investigación es que las RAA representan importantes espacios de visibilización para los agricultores, donde además se reflejan sus normas éticas, valores y una propia identidad colectiva. Es decir, las RAA no solo tienen como finalidad la compra-venta, sino que son

principalmente lugares en los que se intentan establecer relaciones sociales basadas en ciertos valores.

Con respecto al diseño metodológico, este estuvo estrictamente vinculado con el hecho de que no hay suficientes datos e investigaciones en México sobre el fenómeno social en cuestión y, por lo tanto, tampoco sobre los productores dentro de estas redes. Por consiguiente, se propuso como primer paso la realización de un mapeo y diagnóstico de los mercados alternativos de la Ciudad de México, con el propósito de elegir los mercados más pertinentes para la investigación.

Como segundo paso, se tomó la decisión de crear un mapa cualitativo a partir de encuestas que nos pudiera proporcionar información básica sobre quiénes son los agricultores involucrados. A partir de los datos obtenidos se seleccionarán a los productores que participarán en la última etapa (aquellos que cumplan con el requisito de vivir y cultivar en la Ciudad de México) llevada a cabo por medio de entrevistas a profundidad, de las cuales se obtendrán la mayor parte de los resultados de la investigación, ya que nos proporcionarán información sobre los intereses y valores de los productores.

En cuanto a la estructura narrativa de la tesis, en el primer capítulo se abordarán los antecedentes que dieron origen a las RAA, como el proceso de modernización de la agricultura, la implementación de políticas neoliberales, las crisis alimentarias y ambientales que sobrevinieron, y las respuestas sociales que emergieron en contra del modelo neoliberal, una de las más significativas, el levantamiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN).

En el segundo capítulo se explicará qué es una red alimentaria alternativa y cuáles son sus variantes. Además, se comentará desde qué espacio teórico se han estudiado y con qué consecuencias. También se expondrá la postura teórica de la prefiguración política desde la cual se desarrollará la investigación, esto debido a que buscamos un sentido más allá de lo económico dentro de los proyectos, los cuales podrían posicionarse como formas de activismo de base, lo que implicaría tratar a las RAA como colectivos auto-organizados que pretenden hacer un cambio social desde la práctica cotidiana.

La parte metodológica se expondrá en el tercer capítulo, en el cual se describirán las utilidades que tendrá el trabajo de campo, la encuesta y las entrevistas a profundidad. También se explicará la construcción de cada herramienta metodológica y cómo fue realizada. Asimismo, se hará una presentación de los casos de estudio (mercados alternativos) seleccionados.

El cuarto y último capítulo estará dedicado a exponer y analizar por medio del enfoque del activismo de base y de la prefiguración política, los datos obtenidos a través del trabajo de campo. Este análisis será complementado con gráficas y tablas para un mejor entendimiento.

La investigación busca dar a conocer los pensamientos, las formas de interacción y las acciones proambientales de los productores de las redes alternativas alimentarias para contribuir con la visibilización de estas experiencias, y así desde la academia pueda ser repensado el espacio urbano desde una perspectiva más igualitaria y amigable con el medio ambiente, por consiguiente y a pesar de sus limitantes también pretende contribuir al diálogo internacional sobre activismo urbano.

Se trata también de una contribución para que la sociedad urbana conozca a los agricultores que forman parte de esta ciudad, y entonces los abundantes estereotipos negativos hacia las personas que trabajan el campo puedan ser difuminados; tal vez de esta forma más personas se sientan atraídas a construir en conjunto una sociedad más inclusiva.

CAPÍTULO 1. CRISIS ALIMENTARIA EN LA CIUDAD: CAUSAS Y CONSECUENCIAS

Para comprender el contexto en el que emergieron fenómenos como las redes alimentarias alternativas en las ciudades, abordaré en este primer capítulo los temas pertinentes a la modernización agraria. Iniciaré relatando los orígenes de la revolución verde, en segunda instancia comentaré sobre la implementación de las políticas neoliberales y en tercer lugar describiré cómo ambos procesos influyeron en el surgimiento de una crisis alimentaria de las ciudades y provocaron el deterioro de las condiciones de los campesinos; finalmente explicaré las consecuencias que se suscitaron en la sociedad, en particular la emergencia de aquellas respuestas sociales que se opusieron a las políticas neoliberales.

1.1 Las revoluciones verdes

No se ha concretado una fecha específica de inicio para la primera revolución verde, que se refiere al comienzo de la industrialización en la agricultura. Sin embargo, distintos autores (Perkins, 1997; Picado, 2012; Gliessman 2013; Patel, 2013) han resaltado indicadores temporales que ubican los cambios industriales orientados al proceso de producción, distribución y consumo de alimentos. Por ejemplo, Gliessman (2013) considera que podemos hablar de la primera revolución verde desde la culminación de la Primera Guerra Mundial, a partir de la incorporación de tecnologías a los procesos agrícolas, como los pesticidas, fertilizantes y maquinaria pesada, cuyo propósito se enfocaba en modificar el entorno de los cultivos. Pero fue hasta la Segunda Guerra Mundial cuando estas tecnologías tuvieron una expansión global, incluso la industria nuclear se integró a la revolución verde para controlar las plagas mediante la radiación (Ceccon, 2008).

En este proceso de modernización de la agricultura los saberes tradicionales fueron suplantados por el conocimiento científico, teniendo como fin erradicar la hambruna en todo el mundo (Ceccon, 2008). No obstante, fue hasta 1968 que se le acuñó el

nombre de revolución verde a este proceso por William Gaud en una reunión de la Sociedad para el Desarrollo Internacional (Picado, 2014), en la cual comentó:

Estos y otros desarrollos en el campo de la agricultura contienen los elementos de una nueva revolución. No es una revolución roja violeta como la de los soviéticos, ni es una revolución blanca como la del Shah de Irán. Yo lo llamo la revolución verde. (cit. en Patel, 2013, p.5).

En el continuo avance en la intensificación de producciones agrícolas a nivel mundial, México ocupó un papel importante al ser el primer país que formó parte de proyectos internacionales, patrocinados por organizaciones extranjeras para incorporarse a la revolución verde. En el año de 1943 la Fundación Rockefeller, de origen estadounidense, auspició la creación del Centro Internacional de la Mejora del Maíz y el Trigo (CIMMYT), dedicado a generar nuevas variedades de maíz y trigo en el campo, orientado hacia un modelo estadounidense de monocultivo específicamente dirigido a la exportación, que además tenía como necesidad fundamental para su funcionamiento el uso de capital intensivo y la capacitación de expertos (Ceccon, 2008; Patel, 2013).

México fue el primer país, sin embargo, no el único en el que la fundación estadounidense promovió la creación de sedes internacionales para el ejercicio de la agricultura industrializada. Otros proyectos similares empezaron a surgir alrededor del mundo como el Instituto Internacional de Investigación del Arroz (IRRI) en Filipinas, el Instituto Internacional de Agricultura Tropical (IITA) en Nigeria, el Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT) en Colombia, entre otros. En estos centros de investigación hubo muchas transformaciones genéticas en las semillas. Las variedades podían crecer en cualquier época del año y tenían una mayor resistencia a plagas y enfermedades.

Así que es cierto que las semillas de la revolución verde ofrecen alto rendimiento, pero solo en condiciones ideales. Si faltaba alguno de los insumos –como los agroquímicos- había altas posibilidades de fracaso en la producción nos dice Ceccon (2008). Dado que los costos de los insumos (tanto de semillas como de agroquímicos) se elevaron, los campesinos comenzaron a endeudarse (Food First,

2014), y en conjunto con otras condiciones como la uniformidad genética de los cultivos y la mutación de plagas, las cosechas comenzaron a perderse fácilmente, obligando a los productores a comprar nuevamente agroquímicos, insertándolos de esta forma, en un bucle de dependencia continua con las grandes multinacionales de fertilizantes químicos y semillas.

Un claro ejemplo de los problemas que se notaron a partir de la primera revolución verde lo podemos ver en el caso de Brasil (1963-1973), donde a causa de la mutación de especies por la fuerte incidencia tóxica en los cultivos, las plagas incrementaron de 243 a 593, y el consumo de fertilizantes aumentó 1290% mientras que la productividad aumentó únicamente 4.9% (Ceccon, 2008). Otro caso es México, en 1970 el país se convierte en importador neto de alimentos, los precios se elevan y las familias comienzan a emigrar de las zonas rurales en donde habían vivido por generaciones (Gliessman, 2013). Este último proceso fue común en muchos países. A nivel mundial, los pequeños productores fueron orillados a migrar a barrios al margen de las ciudades, a cultivar en tierras marginales y, mientras la producción mundial aumentó de 1970 a 1990 un 11%, el número de personas hambrientas también aumentó un 11%. Lo que pasaba era que a pesar de que existía un excedente de granos la gente no podía pagar la comida que producía. (Food First, 2014, p.1)

Se puede decir que a partir de entonces quedó de lado el ejercicio del campesino como productor de su propia alimentación y se origina un cambio radical en el sistema alimentario construido por miles de años (Gliessman, 2013). Las empresas, gracias al apoyo de los Estados, empiezan a comprar la tierra de los campesinos y consiguen un acceso exclusivo a comprar en los mercados de insumos y vender en los de alimentos. Holt y Altieri (2013) le llaman a este nuevo sistema alimentario, régimen corporativo alimentario, en el cual se crean oligopolios agroalimentarios mundiales, lo que reduce la competencia y eleva los costos para los consumidores. Una característica principal de este nuevo sistema alimentario es que promueve la despolitización de la agricultura, lo que implica se pierda la voluntad política del quehacer del agricultor, y más importante su sentido social. De esta manera la

sociedad pierde su capacidad de crear verdaderas alternativas que se posicionen contrarias al régimen alimentario corporativo (Holt y Altieri, 2013).

Entonces, a partir de lo mencionado es que se reconoce que la revolución verde ignoró dos elementos fundamentales, el social y el ambiental, ya que su preocupación se centraba únicamente en conseguir la máxima producción posible para acabar con el hambre y al mismo tiempo poder responder a las presiones del mercado (Gliessman, 2013). Tanto la pobreza como la pérdida de los conocimientos tradicionales y el deterioro ambiental aumentaron por su causa.

En consecuencia, una parte de los estudios en agroecología buscaron frenar la expansión de las anteriores problemáticas. Usualmente, desde entonces y hasta ahora, la agroecología funciona a favor de la agricultura industrial, y se encargó de producir intensamente sin considerar ningún otro factor y por lo tanto se situó como medio y no como barrera a la expansión de la agricultura industrial (Holt y Altieri, 2013). Sin embargo, en los años 70 la agroecología como ciencia multidisciplinaria se convirtió en una de las resistencias a la revolución verde en México; manifestó la necesidad de considerar el factor social para ver más allá del énfasis que se le había otorgado a la producción, considerada hasta entonces el único aspecto relevante en el trabajo agrícola (Gliessman, 2013). La incorporación de la dimensión social determinó en los estudios agroecológicos la importancia de tomar en cuenta los contextos culturales y económicos en los procesos de producción agrícola (Gliessman, 2013).

Investigadores como Holt y Altieri (2013) fueron algunos de los que le dieron continuidad a esta línea de la agroecología con una dimensión social, la cual consideran debe ser practicada por los agricultores a pequeña escala y familiares, a partir de estrategias que fusionen el conocimiento agrícola tradicional acumulado por muchos años junto con la importancia del cuidado al medio ambiente. Por lo tanto, proponen un desarrollo ecológico de base campesina. Ciertamente, la ejecución de este planteamiento necesita una fuerte voluntad política por parte de los agricultores para oponerse a la revolución verde y dentro de ella, a muchos opositores que tendrán intereses en la continua modernización de la agricultura.

Posteriormente, en la década de los 90 comienza la segunda revolución verde con la expansión de producción en alimentos transgénicos (organismos genéticamente modificados), también llamada revolución genética. A partir de entonces se otorgan patentes a empresas privadas que desarrollan y comercializan semillas genéticamente modificadas (Food First, 2014), como por ejemplo Bayer, Monsanto, ChemChina, Syngenta, DuPont, Dow Chemical y BASF, las cuales fusionándose entre ellas ahora controlan más del 80% del mercado de semillas y agroquímicos.

Las transformaciones efectuadas en el sistema alimentario provocadas por las dos revoluciones verdes tuvieron las siguientes secuelas: provocaron daños al medio ambiente como la erosión de los suelos, la contaminación de aguas subterráneas y la deforestación para conseguir más tierras de cultivo (López, 2015). Además, favorecieron la desaparición de la fauna a causa de la maquinaria pesada, siendo una parte importante del ciclo agrícola ya que ciertos animales ayudaban a ahuyentar a otros seres vivos que perjudicaban el crecimiento de los cultivos (Ceccon, 2008). A esto hay que sumar los daños a los agricultores por los procesos de privatización neoliberal en las semillas, la tierra y los mercados, lo que causó la pérdida de sustento para una gran cantidad de pequeños agricultores en el planeta. Por último, también hay que señalar los daños que sufrieron los consumidores, cuando la calidad alimenticia mermó por la producción de alimentos tóxicos, incluso hubo una reducción de la agro-diversidad y un aumento del hambre en el mundo por la creciente distancia entre las desigualdades económicas (Holt y Altieri, 2013).

Hoy sabemos que el problema del hambre no puede ser solucionado exclusivamente al generar mayor producción de alimentos (Ceccon, 2008). Raj Patel (2013) reconoce el éxito de la revolución verde en cuanto al aumento de la producción, sin embargo, enfatiza la incapacidad del proyecto para la erradicación del hambre al mostrar los datos de la FAO en el 2011 con un número de mil millones de personas desnutridas alrededor del mundo. La Organización Mundial de la Salud (OMS) en registros del 2017 expone que 821 millones de personas padecen hambre en el mundo, e igual de alarmante es que esta cantidad continua en aumento (FAO, FIDA, UNICEF, PMA y OMS, 2018).

Además, fue el desarrollo de la agro-diversidad genética, el que puso en evidencia contundente la desventaja de los países tercermundistas como los latinoamericanos, en la adopción del modelo económico neoliberal que acompañó a la revolución verde. Puesto que los territorios comenzaron a perder los genes de sus especies nativas, y naciones con mayor desarrollo capitalista consiguieron la autorización de la ONU para proteger las variedades genéticas.

Como destaca Ceccon: “de los 127 000 ejemplares de semillas colectados, 94% se originaban en el Tercer Mundo y 91% de estos estaban almacenados en bancos genéticos de Estados Unidos, Japón, Reino Unido, Rusia y otros países industrializados.” (Ceccon, 2008, p.8). Aunque a partir de los años 80 el número de centros de almacenamiento aumentó por las disconformidades tercermundistas, el reparto para el resguardo del germoplasma siguió representando inequidad entre los países. En Filipinas, por ejemplo, en donde el arroz es un alimento representativo, la cantidad de variedades de arroz se redujo de mil cuatrocientas a únicamente cuatro, dado que la condición para otorgar un crédito agrícola era plantar híbridos de la revolución verde (Food First, 2014). En África, la fundación Rockefeller lanza en 1999 una iniciativa para promover la revolución genética, en el 2006 se une al proyecto la fundación Melinda Gates, y forman la Alianza para la Nueva Revolución Verde en África (AGRA). Conscientes de los problemas agrícolas de Asia y América Latina causados por las revoluciones verdes, las organizaciones en África exigieron la protección estatal para los pequeños productores y apoyo para la producción agroecológica (Food First, 2014).

Por último, es necesario mencionar que la revolución verde es un proceso cuya evolución ha sido desigual, y aunque se considera un proceso global se ha manifestado de diferentes formas en los países. Al día de hoy la Unión Europea junto con Estados Unidos que empezaron el desarrollo y extensión de este modelo de agricultura, han prohibido varios agroquímicos por su toxicidad, mientras que en 2019 en Brasil el presidente Jair Bolsonaro aprobó 290 productos pesticidas, de los cuales, su propio gobierno considera 87 extremadamente tóxicos y 34 altamente tóxicos (Viana, 2019). Tomando en cuenta el recorrido histórico que se ha descrito, se observa el modelo agrícola imperante, el cual “ha generado importantes

impactos sociales y ambientales, que hoy hacen de la agricultura una actividad contaminante, poco rentable y muy poco considerada socialmente.” (López, 2015, p.21).

1.2 La implementación de las políticas neoliberales en el campo mexicano

Existe más de un factor que condujo a la pérdida de interés por parte del Estado a la situación agrícola del campesinado en México. Aunado a las políticas implementadas por la revolución verde, en la década de los 80 se establece a nivel mundial el modelo económico neoliberal dejando atrás el Estado de Bienestar de Keynes. Hay que destacar que para que el neoliberalismo ganara preponderancia en el mundo hubo influencia de organismos internacionales como el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional y la Organización Mundial de Comercio, también de individuos en puestos de poder dentro las universidades y los medios de comunicación. El modelo ganó respeto académico cuando se otorgó el Premio Nobel de economía a personajes como Hayek en 1974 y a Friedman en 1976 (Harvey, 2005).

Son tres las características principales de esta doctrina: desregularización, privatización y abandono del Estado en áreas de provisión social generalizadas (Harvey, 2005). Asimismo, el neoliberalismo adoptó como principios básicos la libertad individual y la dignidad, valores que, dado el contexto, se habían estado exigiendo al Estado en diferentes partes del planeta, como fue en los movimientos sociales del 68 (Harvey, 2005). El problema es que la imposición del neoliberalismo ha suscitado el crecimiento de las desigualdades económicas, por eso el modelo está ligado en cierta medida con la reconstrucción del poder de las élites económicas y también con la reorganización del capitalismo internacional (Harvey, 2005).

Del neoliberalismo se mencionan ciertas irregularidades:

El rigor científico de su economía política neoclásica no encaja fácilmente con su compromiso político, con los ideales de la libertad individual, al igual que su supuesta desconfianza hacia todo poder estatal tampoco encaja con la necesidad de un Estado fuerte y si es necesario coactivo que defienda los derechos de la propiedad privada y las libertades individuales y empresariales. (Harvey, 2005, pp.27-28).

Después de esta pequeña introducción, me adentraré al caso mexicano que manifestó cuestiones únicas, antes, durante y posteriormente a la implementación de este modelo económico, social y cultural.

La deuda externa en México aumentó de 6.800 millones de dólares en 1972 a 58.000 millones en 1982, volviéndose catastrófica para el Estado, así que el Banco Mundial otorgó al país el primer préstamo condicionado; desde ese momento el país es obligado a modificar las estructuras sociales para la implementación del modelo neoliberal. Por ello, el presidente Miguel de la Madrid decide integrar a México en el Acuerdo General sobre Comercio y Aranceles (GATT) que implicaba la incorporación del país en la economía global (Harvey, 2005). Posteriormente, en 1991 se aprueba la reforma a la ley agraria del artículo 27 de la Constitución, la cual contenía cambios significativos, ya que estableció el fin del reparto de tierras, acción que caracterizaba las políticas agrícolas en México desde la Revolución. En ese momento se registró que la mitad del territorio nacional estaba distribuido por la vía ejidal y comunal (Ibarra, 1993), y en pleno siglo XXI se reconoce en el mundo como el único país en donde los campesinos e indígenas son dueños del 80% de los bosques y de 106 millones de ha de las 200 que conforman el territorio nacional (Barnes, 2009; GRAIN, 2015).

Otra consecuencia del modelo neoliberal fue la privatización de las empresas paraestatales, una de ellas Fertilizantes Mexicanos. En este caso, el gobierno consideró que al vender las empresas podría adquirir el dinero necesario para saldar la deuda del país. También desaparecieron los subsidios y los precios de garantía en algunos alimentos (Harvey, 2005; Acuña y Meza, 2016). Y entre otras cosas, los créditos tomaron un lugar privilegiado, no fueron fáciles de conseguir,

favoreciendo así a aquellos agricultores con grandes producciones, pero afectando sin lugar a dudas, a la mayoría que practicaba una agricultura familiar y a pequeña escala (Escalante y González, 2018).

Previó a la reforma el campo tenía serios problemas, la cantidad de personas que trabajaban la tierra se había reducido considerablemente (Warman, 2001) y el reparto agrario se había convertido en la legitimación del gobierno, adoptando totalmente un motivo político (sobrepolitización de la tierra) en lugar de un motivo social (Ibarra, 1993). Souza (1993) destaca que la solución a la deteriorada situación ejidal no se encontraba en la privatización de la tierra, sino que se debían considerar la falta de infraestructura, las limitaciones al financiamiento, la poca disponibilidad de insumos y el control que hubo de los procesos productivos por la burocracia oficial y no por los propios ejidatarios.

A pesar de esto, Ibarra (1993) reflexiona desde otra posición:

Partidos y agrupaciones representativos del sector privado –e incluso algunas franjas dentro de la burocracia– pugnaron por la privatización total del ejido y la comunidad, mientras que en las organizaciones campesinas dominó más la idea de la necesaria salida del ejido de la subordinación del aparato gubernamental, pero conservando los elementos de propiedad restringida ajena a las reglas del mercado. (pp.34-35).

Posteriormente, en 1992, bajo el mandato del presidente Carlos Salinas de Gortari, se firma el TLCAN (Tratado de Libre Comercio de América del Norte) cuya promesa era crecimiento económico para el país, especialmente a partir de la inversión extranjera. La entrada en vigor del tratado en 1994 provocó, entre otras cosas, desprotección del sector agrícola ante la apertura comercial con Estados Unidos y Canadá.

Como destacan Escalante y González (2018):

El TLCAN ha favorecido a los grandes productores que cuentan con la tecnología e infraestructura para competir en el mercado internacional [...] acrecentó las brechas entre productores orientados al mercado y

productores familiares. Actuó en detrimento del sector dedicado a la agricultura tradicional. (pp. 15-18).

Las supuestas mejoras en la política agropecuaria no lograron que el ingreso de los productores creciera y tampoco que los consumidores pagaran menos por los productos provenientes del sector agropecuario (Escalante y González, 2018). Las deterioradas condiciones para agricultores y desempleados en zonas rurales los obligaron en muchos casos a trabajar en la agroindustria estadounidense en pésimas condiciones de trabajo. A causa de las políticas neoliberales en las cuales las contrataciones son a corto plazo y los empleados son fácilmente desechados; los trabajadores son devueltos a México cuando contraen enfermedades o incluso han llegado a morir a causa de los pesticidas a los que han sido expuestos (Harvey, 2005). Esto sucede porque “el sistema de protección social (las pensiones, la atención sanitaria, la protección ante enfermedades o accidentes) que antes era responsabilidad de los empleadores y del Estado, ha sido sustituido por un ‘sistema de responsabilidad personal’.” (Harvey, 2005, p.184).

Los cambios neoliberales perjudicaron a los pequeños productores y en esta misma línea de consecuencias, trajeron modificaciones en los patrones alimentarios de la sociedad mexicana. Santos (2014) menciona que en la dieta neoliberal hay una pérdida del propio conocimiento alimentario, y al mismo tiempo la soberanía y autonomía alimentarias entran en crisis. Profundizaré más adelante sobre estos conceptos que surgieron poco después, como respuestas a las políticas neoliberales por parte de movimientos sociales rurales como La Vía Campesina.

La aplicación de las políticas neoliberales en México tuvo resultados extremos. Por ejemplo, en 2008 en México se registraron 19.5 millones de personas viviendo en pobreza alimentaria, lo que significa que no les alcanzaba para comprar una canasta básica de alimentos (Acuña y Meza, 2010). Planteando el pensamiento de Harvey (2005) sobre el principal interés del neoliberalismo, que sería extender el capitalismo y mantener un poder de clase, hay otro ejemplo mexicano que favorece esta idea. La crisis alimentaria en México de 2008 provocó que el gobierno federal reaccionara con la creación de una reserva de alimentos, pero en septiembre del

2009 anuló la medida porque se distorsionarían los precios del mercado (Acuña y Meza, 2010). Para sintetizar la idea clave de este apartado mencionaré a Harvey (2005) quien sostiene que en México se produjo un ataque a la fuerza de trabajo, al campesinado y al nivel de vida de la población, por la implementación de las políticas neoliberales.

1.3 Ciudad y problemática alimentaria en tiempos neoliberales

Es interesante reflexionar que, a pesar del desarrollo tecnológico enfocado a las revoluciones verdes, y la incorporación de las nuevas políticas neoliberales que prometían progreso social, la crisis alimentaria se estableció no solo en las zonas rurales, sino también en las urbanas.

Retrocederé al siglo XIX con los datos de Castronovo (2012) y Gallo, Corvino y Monicchia (1998). Aquella época fue un momento histórico en el que la alimentación se dejó de considerar como un problema de las ciudades, puesto que el crecimiento de la industria creó el acceso a una nueva gama de alimentos en los enlatados y congelados, además de que la aparición de la producción masiva redujo los costos de los alimentos (Gravante, 2020, p.2). Al contrario de la ciudad, los habitantes del campo se vieron afectados por la industrialización y comercialización de la agricultura, así que migraron a las ciudades y fue por ello el crecimiento de las áreas urbanas (Harvey, 2012). En 1900 el campesinado en México ocupaba el 72% del total de la población, en el 2000 este número se redujo a 25.3%, convirtiéndose de una sociedad mayoritariamente agraria en una sociedad predominantemente urbana (Warman, 2001). Ahora nos encontramos en un proceso de urbanización planetario propiciado por el neoliberalismo (Harvey, 2012).

La ciudad se convirtió en un ideal de progreso, sin embargo, hay un punto en contra del desarrollo que han tenido las ciudades al que me quiero enfocar, y es que los espacios urbanos se han caracterizado por grandes desigualdades sociales, lo que ha llevado a que la población urbana de hoy en día sufra de vulnerabilidad alimentaria (Gravante, 2020). Esta crisis alimentaria está caracterizada por el hambre y la malnutrición, además del abandono del campo (Escalante y González).

Aunque el enfoque capitalista y extractivista participó con una estrategia para combatir la crisis con una mayor producción de alimentos, lo único que logró fue desplazar la agricultura campesina autosostenida y aumentar las desigualdades económicas (Harvey, 2012). Entonces, la principal causa de la crisis no es la falta de producción de alimentos agrícolas sino la inequidad que existe para acceder a ellos (Vázquez, Trinidad y Merino, 2018).

Dentro de las inconformidades originadas entorno a la ciudad-global, la alimentación solo es una de tantas; otros reclamos surgieron por la falta de vivienda, de salud, seguridad, y demás derechos que se sintetizan en la proclamación del derecho a la ciudad (Harvey, 2012). Esto propició un periodo de protesta contra la globalización, en el cual se formaron agrupaciones urbanas con la idea de “otro mundo es posible”, exigiendo un modelo alternativo de ciudad (Gravante, 2019b). En el aspecto alimentario que es el que atañe a la investigación, se puede decir que se buscó reivindicar un ciclo de alimentación digna, tanto para productores como para consumidores, y surge entonces el activismo alimentario de sujetos colectivos organizados, en donde los productores locales buscaban relacionarse de formas alternativas con los consumidores urbanos, principalmente en las urbes de países como Italia, Francia, Alemania, Inglaterra y EEUU (Gravante, 2020).

Una de las grandes inconformidades después de la implementación del modelo neoliberal, sostenido por las ideas de un libre mercado y un individualismo exacerbado, fue el hecho de que todas las cosas, incluso las que nunca fueron producidas como mercancías adquirieron un único valor de compra-venta, como la naturaleza, la cultura o la historia. Por ello surgieron intensas y difusas protestas sociales en todo el mundo a partir de 1994, con el levantamiento de las comunidades zapatistas rebeldes en Chiapas y el fortalecimiento de organizaciones de base como los Sin Tierra en Brasil, o movimientos rurales como La Vía Campesina. A estas críticas será dedicado el apartado a continuación, y aunque no todas se consolidaron en movimientos urbanos, hicieron notar las desigualdades y carencias en la soberanía y alimentación, tanto rural como urbana.

1.4 La crítica social al neoliberalismo

El modelo neoliberal ha conseguido que el poder y por lo tanto la toma de decisiones para la vida social global se centre en los mercados y las grandes empresas industriales y financieras, pero como resultado surge un sentimiento de indignación entre los individuos que moviliza al activismo social. (Pianta y Marchetti, 2007). La oposición al neoliberalismo se manifiesta a nivel mundial en la década de 1990 y se convierte en una crítica puntual a la globalización neoliberal hegemónica. El ambiente de globalización propició la proliferación de organizaciones gubernamentales internacionales, para regular la estructura social a través de nuevas políticas universales. Las movilizaciones no se hicieron esperar y partir de las mismas bases globales, buscaron la construcción de una versión diferente de la globalización, a través de organismos también internacionales, pero con posturas alternativas y enfocadas a diferentes y variados ámbitos sociales (Della Porta, 2006).

Una de las primeras y más significativas respuestas a la globalización en México y en el mundo, fue la sublevación del Ejército de Liberación Zapatista Nacional (EZLN) y la creación de las comunidades zapatistas en Chiapas en 1994 (Gravante y Poma, 2019). Los zapatistas tomaron las cinco cabeceras municipales del estado de Chiapas cuando el gobierno federal se disponía a celebrar la entrada en vigor del TLCAN (Saavedra, 2011). Las nuevas políticas en México desde la reforma de los artículos 4º y 27º en 1992, planteaban restricciones a la aspiración autonomista de los pueblos indígenas, esto significaba disminuir “las posibilidades de que las comunidades indígenas pudieran protegerse de la permanente presión circundante y del asedio externo sobre sus recursos y modos de vida” (Díaz, 1997, pp.130-131), por ello la independencia fue una de sus principales demandas.

La experiencia de las comunidades zapatistas, caracterizadas entre otras cosas por la creación de autogobiernos y el acceso directo a las tierras cultivables, fue un elemento central para revitalizar las luchas campesinas en América Latina y también fue determinante en la construcción de la identidad colectiva de los movimientos sociales que se realizarían posteriormente (Gravante y Poma, 2019).

Aunque pudiera parecer que las comunidades indígenas no tenían un vínculo con la globalización, a partir de la insurgencia zapatista hubo una concientización mundial sobre la necesidad de una acción política global internacional, el movimiento se posicionó más allá de un movimiento local al vincular la destrucción de las comunidades indígenas con los procesos globales (Pianta y Marchetti, 2007).

A partir de la experiencia zapatista, y en conjunto con otras experiencias similares, toma forma el movimiento transnacional por la justicia global, que se pronunciaba esencialmente en contra de las políticas neoliberales (Della Porta, 2007). El Movimiento por la Justicia Global logró evidenciar las problemáticas agudizadas por la globalización además de que ayudó a comprender que los procesos globales estaban directamente relacionados con los conflictos locales (Juris, 2008). El detonante del movimiento fue en la Cumbre de la Organización Mundial de Comercio, Seattle 1999 al grito de “el mundo no es una mercancía” (Pastor, 2007).

La Batalla de Seattle marca un hito en los movimientos por la justicia global, también llamados movimientos para una globalización desde abajo, transnacionales o alter-globalización. La movilización que se organizó aquel día estaba en contra de las negociaciones que llevaría a cabo la OMC (Organización Mundial de Comercio) con el propósito de aumentar la liberalización del mercado. Otra de las consignas principales que la manifestación exclamaba era “nuestro mundo no está a la venta”, exponían una oposición al mercado regularizador de cada aspecto de la vida social como también al capitalismo sin consciencia (Della Porta, 2006). El Movimiento por la Justicia Global confrontó al FMI, BM, OMC y a la ONU, ya que en muchos casos estas organizaciones reemplazaban a la soberanía nacional sin transparencia y menos aún representación. Lo mismo pasó con las empresas transnacionales y gobiernos que desde una posición privilegiada de poder insistían en imponer el modelo de globalización neoliberal. Las protestas continuaron en cada reunión de los organismos internacionales; las del año 2000 se suscitaron en Davos, Washington, Ginebra, Praga y Niza. Gracias a la constancia, las negociaciones que se daban en aquellas reuniones pasaron de ser asuntos con incidencia exclusiva de diplomáticos y tecnócratas a ser el centro de la esfera pública internacional (Della Porta, 2006).

Habitantes de diversos países comienzan a pronunciarse en contra del modelo neoliberal de formas particulares de acuerdo con sus contextos culturales, políticos y económicos. Las construcciones en espacios locales, como dice Castells (2001), forman actualmente una resistencia más que una forma de participación del espacio nacional, ya que los estados-nación han sido los principales impulsores del proceso neoliberal. Una de las características principales del movimiento contra el neoliberalismo fue “su capacidad para crear oportunidades de contactos entre grupos, asociaciones, redes, organizaciones e individuos con historias, formas de acción y antecedentes sociales y culturales muy diferentes” (Della Porta, 2006, p.28).

La sociedad civil que se logró organizar para construir movimientos a nivel global, no solo se conformó con protestas transnacionales, sino que se crearon las contracumbres con el Foro Social Europeo, el Africano, el Pan-Amazónico, el Asiático y el del Medio Oriente, en donde se debatía sobre modelos de desarrollo sustentables, con el objetivo de:

confrontar las decisiones de las potencias mundiales sobre temas como la deuda, las normas internacionales de inversión, el comercio y el desarrollo, que cada vez más se referían a cuestiones económicas y pasaron a desafiar las consecuencias del modelo dominante de globalización neoliberal (Pianta y Marchetti, 2007, p.73).

Entre otras acciones del movimiento, también realizaron sus propios eventos mundiales (Della Porta, 2006), que básicamente eran días de acción en donde se manifestaban millones de personas en diferentes ciudades de todo el mundo. Como sucedió en la organización de las marchas en contra de la ocupación de Irak por Estados Unidos (Pianta y Marchetti, 2007).

Las cuestiones principales a las que se enfocaron los movimientos fueron la discriminación de género, la protección al medio ambiente y a la defensa de los derechos humanos (Della Porta, 2006). Este tipo de movimientos borraron las fronteras nacionales y crearon una interconectividad por medio de redes, compuestas por una diversidad de actores, en las que compartieron información,

recursos y estrategias. Además de estructurarse como redes autónomas con la capacidad de auto organizarse. (Pianta y Marchetti, 2007).

Se puede definir a los movimientos sociales transnacionales como:

movilizaciones sociales transfronterizas, sostenidas y colectivas sobre temas globales, basadas en grupos, redes y campañas permanentes u ocasionales con una dimensión organizacional transnacional que se mueve desde valores e identidades compartidos [...] Comparten un marco global de los problemas que deben abordarse, tienen un alcance de acción global y pueden enfocarse en objetivos supranacionales o nacionales. (Pianta y Marchetti, 2007 p.31).

Ejemplos actuales de movimientos transnacionales son, *Fridays for Future* y *Extinction Rebellion*, cuyos objetivos son la concientización y la acción colectiva para combatir el cambio climático (Gravante y Poma, 2019^a, 2019^b, 2020).

Un componente importante del movimiento alterglobalización o Movimiento por la Justicia Global fue la organización La Vía Campesina, ya que ha sido uno de los principales actores en la crítica hacia la globalización desde el punto de vista de los pequeños agricultores y comunidades rurales. La Vía Campesina nace en 1992, y para diciembre de 1993 organiza su primera manifestación de 5 mil personas en Ginebra, Suiza, en contra del Acuerdo General de Aranceles y Comercio (GATT) (Navarro y Damarais, 2009). Como destaca Gravante (2019), La Vía Campesina “tuvo la capacidad de imponer en la agenda internacional temas como la soberanía alimentaria, la reforma agraria y la biodiversidad, además de dar vigor y visibilidad a las luchas campesinas y/o indígenas en distintos puntos del planeta.” (p.3).

Uno de los conceptos fundamentales en su lucha es el de Soberanía Alimentaria, la cual se define como “la facultad y el derecho de los pueblos, comunidades y países a definir sus propias políticas agrícolas, pesqueras alimentarias y de tierra, que sean ecológica, social, económica y culturalmente apropiadas a sus circunstancias únicas” (Acuña y Meza, 2016). Este concepto ha funcionado como instrumento para enfrentar la hambruna y la variante de precios en la comunidad agrícola (Navarro y Desmarais, 2009). La Vía Campesina pone como una

problemática fundamental a resolver, la crisis alimentaria actual, la cual se ha convertido en un problema tan relevante que pequeños productores rurales y trabajadores agrícolas se han integrado al movimiento en más de 60 países. La Vía Campesina “es quizás el movimiento social rural internacional más significativo” (Navarro y Desmarais, 2009, p.90), en cuanto fue capaz de revalorizar la cuestión agraria posicionándola no solo, ni principalmente como una actividad productiva sino como un intercambio ecológico entre seres humanos y medio ambiente (Gravante, 2019b).

Concluyendo, gracias a la interacción entre las organizaciones campesinas y los movimientos urbanos, los conceptos de soberanía alimentaria, sustentabilidad y agro consumo consciente y comercio justo, superan los confines de los espacios rurales integrándose en aquellas experiencias urbanas que buscaban formas alternativas al sistema alimentario promovido por empresas multinacionales. Un ejemplo son las Redes Alimentarias Alternativas (*Alternative Food Networks* en la literatura anglosajona).

Las Redes Alimentarias Alternativas (RAA) se establecieron como experiencias locales con la función de conectar productores y consumidores en un proceso organizado, en donde ambos actores desarrollan prácticas que se alejan de los lineamientos del mercado y la lógica dominante (Maye y Kirwan, 2010), lo que provoca que tanto producir como consumir se conviertan en acciones con injerencia política (Gravante, 2020).

CAPÍTULO 2. LAS REDES ALIMENTARIAS ALTERNATIVAS (RAA) COMO UNA RESPUESTA SOCIAL

En el capítulo dos de la investigación explicaré las formas, los componentes y el desarrollo de las redes alimentarias alternativas considerando sus contextos socioculturales. Posteriormente me centraré en comentar el caso mexicano, tanto en lo empírico como en lo académico. Continuaré por narrar los principales abordajes analíticos que se han utilizado para el estudio de estas redes en los últimos años, principalmente en las academias de Europa y Estados Unidos. Al mismo tiempo se considerarán las problemáticas y contradicciones que han surgido al pensarse las redes como verdaderos espacios de transformación y alteridad. Por último, trataré el tema de la prefiguración política que será mi enfoque de análisis para comprender mejor algunos aspectos de las redes alimentarias alternativas que se han originado en la Ciudad de México.

2.1 Las RAA: definición y principales características

Anteriormente se mencionó el Movimiento Alterglobalización, el cual alentó la necesidad de 'otro mundo es posible' para hacerle frente al avance del modelo neoliberal y sus consecuencias. Dentro de sus reivindicaciones se incluyó la transformación de la relación con los alimentos, tanto en la producción, distribución, acceso y consumo, ya que se evaluaba como insostenible, contradictoria y basada en la explotación (Goodman, Dupuis y Goodman, 2011). Esta inconformidad social hacia el modelo industrial alimentario se manifestó en un incremento de las Redes Alimentarias Alternativas (RAA) tanto en espacios urbanos como rurales, las cuales forman parte del fenómeno social denominado activismo alimentario (Gravante, 2020). Inicialmente las RAA se difundieron en las zonas urbanas de Europa

Occidental y Norteamérica, para después expandirse en distintos países como Japón, Egipto, Sri Lanka y por supuesto en las urbes de América Latina (Maye, Holloway, Kneafsey, 2007).

En la última década, con la agudización de los problemas alimentarios, las redes se han establecido con mayor solidez al mismo tiempo que se han ido transformado para sobrevivir y mejorar las prácticas de sus motivaciones, sobre todo en las áreas urbanas, que figuran como nuestro entorno de estudio. De acuerdo con los contextos sociales en los que se formaron las RAA y dado que se tiene conocimiento de ellas desde hace aproximadamente 50 años, se pueden observar diferencias entre cada una de ellas. Por ello hoy en día representan un conjunto heterogéneo de sistemas alimentarios. Sin embargo, es posible ubicar características generales (Maye, 2013), que les mencionaré a continuación:

- La mayoría de las redes se establecen como experiencias locales por medio de circuitos cortos de comercialización¹, es decir “redes de proximidad en términos geográficos, sociales y organizacionales entre productores, artesanos y consumidores” (Gravante, 2020, pp. 20-21). De esta forma los alimentos que se mercantilizan son más frescos, ya que se reducen las distancias de transportación y se permite la existencia de un medio rural vivo a los alrededores de la población urbana (López, 2015).
- En cuanto a la interacción entre productores y consumidores² se busca que no haya intermediarios, con el propósito de llevar a cabo procesos de aprendizaje colectivos entre ambos, que permitan la evolución de los proyectos, y además la configuración de una soberanía alimentaria

¹ En la literatura en lengua inglesa podemos encontrar el mismo concepto nombrado como cadenas cortas de suministro de alimentos (Maye, 2013).

² En el caso de los consumidores, que son los sujetos más estudiados dentro de las RAA; su interés por buscar nuevas formas de suministro de alimentos, bienestar animal, justicia social y sostenibilidad ambiental es abordado como “consumo preocupado”, “consumo político” o “consumo ético” (Maye y Kirwan, 2010).

(Goodman, Dupuis y Goodman, 2011) para poder tomar decisiones acerca de qué se produce, cómo se produce y cuáles son los costos pertinentes.

- Son experiencias que buscan la sostenibilidad dado que los integrantes generalmente están interesados en el rescate de semillas locales para poder cultivar por medio de ciclos naturales e incentivar la biodiversidad. También se considera la recuperación de técnicas tradicionales sin el uso de fertilizantes o pesticidas químicos; como se puede corroborar con las siguientes experiencias, en Europa: Bajo el Asfalto Hasta la Huerta (España), las iniciativas integradas a la Asociación por el Mantenimiento de la Agricultura Campesina (Francia); en América: los proyectos asociados al movimiento Agricultura Apoyada por la Comunidad (Estados Unidos de América), El Mercado Alternativo de Tlalpan (México); y ubicada en ambos continentes una cooperativa muy particular: Longo Mai³ (Alemania, Austria, Costa Rica, Francia, Suiza y Ucrania), por mencionar algunos ejemplos.
- Presentan posturas políticas en contra de la agricultura intensiva y el modelo industrial de producción, como también en apoyo a la pequeña agricultura periurbana, de esta forma promueven la salud del ser humano, el cuidado del medio ambiente (López, 2015; Pardo y Duran, 2019), y también la soberanía alimentaria.

Para López (2015) son cuatro los puntos claves que definen a las RAA como proyectos transformadores y ahora los retomo para la presente investigación:

1. Las RAA construyen y reproducen comunidad, compartiendo normas, valores, rituales y voluntad, por lo tanto, sus relaciones están basadas en el bien común y la cooperación, alcanzando en conjunto –los productores (normalmente rurales) y consumidores (normalmente urbanos)– producir espacios de convivencia.
2. El modelo de las redes es horizontal y flexible, lo que significa una forma de trabajo por medio de vínculos entre las personas, no por jerarquías. Así

³ La cooperativa fue fundada en 1973 en Limans, Francia, con un enfoque anticapitalista. Para más información véase la página web de la cooperativa: <https://www.prolongomaif.ch>

pues, las RAA, se establecen como construcciones en constante cambio que se adaptan a los contextos y objetivos de los integrantes.

3. Son experiencias que buscan ir más allá del modelo dominante de producción y distribución de los alimentos, realizando prácticas a partir de valores que establecen relaciones socioeconómicas alternativas al sistema neoliberal. En consecuencia, las RAA intentan crear espacios que funcionen a través de la autogestión.⁴
4. Se prioriza el valor de uso, la propia comunidad de las RAA (el conjunto de productores-consumidores) define lo que vale un bien o servicio a partir de su utilidad, contrario al valor de cambio en el cual está centrado el proceso de acumulación capitalista.

Además de lo anterior, estos proyectos alternativos alimentarios tienen la capacidad de reconfigurar valores, relaciones espacio-temporales, estructuras de gobierno relacionadas con el suministro diario de alimentos y el sistema de comercio mundial (Goodman, Dupuis y Goodman, 2011). A partir de estas características, también se puede conceptualizar a las redes alternativas como “comunidades de práctica’ reflexivas, de consumidores y productores cuyos repertorios crean nuevos espacios materiales y simbólicos en el suministro de alimentos y el comercio internacional” (Goodman, Dupuis y Goodman, 2011, p.7).

Asimismo, los rasgos característicos descritos anteriormente sobre las RAA se manifiestan en la forma de organización de estos proyectos a partir de su relación con los consumidores, dando lugar a diversas propuestas alternativas de distribución alimentaria. Tomando en cuenta los estudios realizados en el contexto

⁴ Una postura diferente, es la de Goodman, Dupuis y Goodman (2011), en la cual, generalmente las redes no manifiestan una oposición directa al capitalismo neoliberal sino que desarrollan nuevas prácticas de conocimiento que promueven una coexistencia y coevolución con el sistema hegemónico, lo que significa que están creando el cambio desde adentro. Estos autores expresan una profunda reflexión acerca de la inutilidad de considerar los aspectos alternativos de la redes como intrínsecos y fuera de la situación alimentaria convencional, que últimamente al igual que las RAA, produce y distribuye orgánico, de comercio justo y local.

español (López, 2015), inglés (Mayer, 2013) e italiano (Torquat, Vigano y Taglioni, 2016) se pueden agrupar estas variadas experiencias bajo la siguiente catalogación:

- Las Cooperativas de consumidores o el *community-supported agriculture*: están integradas por familias que pagan cuotas por temporada a las RAA, a cambio tienen una variedad de alimentos frescos y de calidad periódicamente. Es relevante mencionar que la cuota es fija independientemente de la producción obtenida porque su filosofía trata sobre compartir riesgos y beneficios. Un ejemplo concreto en este caso es la cooperativa BAH! (Bajo el Asfalto Hasta la Huerta) nacida en España en el año 2000. Su propósito principal es conectar a la población urbana con los ciclos naturales por medio de la agricultura ecológica cooperativa. En muchos casos estos espacios –como pasa con BAH!– se componen también de productores no agrícolas que ofrecen panadería, lácteos, cosméticos, jabones, entre otros artículos, de esta forma es que el proyecto se enriquece para el consumo cotidiano.
- Los mercados de productores o *farmers markets*: se trata de mercados que funcionan periódicamente en espacios públicos, en ellos se puede encontrar variedad de productos locales y ecológicos a precios que se establecen a partir del comercio justo (precios razonables para quien produce y también para quien compra), tiene la cualidad de propiciar la interacción entre los productores y quienes visitan el mercado. Como ejemplo se encuentra el primer mercado de productores del estado de Nueva York que surge en 1976 con la propuesta de hacerle frente a los cambios drásticos que la revolución verde estaba ocasionando en el medio rural norteamericano. En México se encuentran experiencias como el Mercado el 100 y el Mercado Alternativo de Tlalpan.
- Los proyectos de canastas de alimentos o *box schemes*: funcionan por medio de una cuota periódica (semanal, mensual) que pagan los consumidores para recibir una canasta con alimentos básicos, de temporada y orgánicos (verduras, frutas, semillas, e incluso en ocasiones productos

derivados de origen animal y otros alimentos transformados como el vino y el pan), la cual puede ser de diferentes tamaños (individual, mediana o familiar) y se entrega a domicilio o en puntos de encuentro predeterminados, con intervalos de tiempo, usualmente de una semana. En esta forma de RAA, los agricultores buscan informar sobre las nuevas cosechas para que los consumidores conozcan cuáles serán los productos que llegarán en la canasta. De esta manera se fomenta la conexión entre agricultores y consumidores. Un ejemplo en México es el proyecto El Buen Campo, un colectivo de productores que maneja técnicas prehispánicas para el cultivo de alimentos.

- Grupos de compra solidarios o *gruppi di acquisto solidale (GAS)*: en estos casos, se hace una asociación entre productores y consumidores para beneficiar los intereses de ambos, sin embargo, no hay una suscripción, sino simplemente una alianza. Los GAS emergieron inicialmente en Italia, surgen de forma espontánea partiendo de una idea, aplicar principios de equidad, solidaridad y sustentabilidad en la compra de los alimentos. A diferencia de otros grupos de compra que se pueden relacionar directamente con los productores y tener otro tipo de motivaciones predominantes, como las económicas, en los GAS los principios éticos y de solidaridad son la base de las compras. Por ejemplo, para enfrentar el cambio climático muchos GAS optan por los productos a KM 0, es decir productos que han viajado menos de 100 km.
- Los proyectos colectivos a niveles comunitarios de consumo social, restauración colectiva y comedores sociales o *community-orientated local food networks*: implican el posicionamiento de la comida orgánica y local en comedores de instituciones públicas, como pueden ser colegios, hospitales, guarderías, etc. De esta forma los agricultores tienen ingresos más estables y las personas un servicio de alimentación de calidad, además de que promueven el cuidado del medio ambiente. Algunos países en donde se practica este tipo de proyectos son España, Italia, Dinamarca, entre otros. Por ejemplo, en Inglaterra existe la iniciativa *Making Local Food Work*

(MLFW), un consorcio de organizaciones nacionales que trabajan para mejorar la sostenibilidad de proyectos alimentarios comunitarios. Otro caso se encuentra en Italia, en el *Grupo Organizado de Oferta y Demanda*, creado por un conjunto de padres para que sus hijos pudieran ingerir alimentos de origen orgánico en la escuela.

- Experiencias de *animal sharing*: son cooperativas de consumidores que pagan cuotas por temporada a las RAA para la crianza de animales de ganadería orgánica, a cambio tienen una variedad de alimentos frescos derivados de los animales, como leche, huevos y carne.
- Ventas en pequeños establecimientos: en su mayoría se llevan a cabo en tiendas especializadas en productos orgánicos y naturales; y en menor proporción se encuentran los restaurantes y hoteles con un interés en el turismo eco-sustentable.

A pesar de no ser exhaustiva, esta categorización ha querido resaltar la variedad de proyectos alternativos que pueden caracterizar a las RAA, de las cuales se destacó su estructura y relación con los consumidores. En el apartado siguiente, me centraré en el desarrollo de las RAA en México, enfocándome principalmente en las experiencias presentes en la Ciudad de México.

2.2 Las experiencias en México

Tomando en cuenta que cada red se configura en aspectos sociales, económicos, políticos y culturales a partir de un territorio en específico, en este apartado voy a profundizar en el caso de las RAA⁵ mexicanas, haciendo particular énfasis en la situación en la que se encuentran los mercados alternativos de la Ciudad de México.

Hace más de una década que las prácticas alimentarias no convencionales descritas anteriormente, se están manifestando en todo el país, al principio en las

⁵ Para propósitos de la investigación sobre las experiencias mexicanas y vista la peculiaridad de estas, se utilizarán como sinónimos Redes Alternativas Alimentarias, Mercados Alternativos y Tianguis Orgánicos.

ciudades más grandes y urbanizadas, pero con el pasó del tiempo el fenómeno se ha extendido también en zonas urbanas más pequeñas (Pardo y Durand, 2019).

Como primer aspecto, es necesario aclarar a partir de lo mencionado por Gracia y Horbath (2014), que las RAA a pesar de estar integradas por muchos productores rurales, no se reducen a expresiones sociales de los sectores más pobres, sino que buscan involucrar a diferentes sectores sociales para crear relaciones de sostenibilidad e igualdad. Por ello es interesante que se establezcan en espacios urbanos, con el propósito de integrar ideas provenientes de diferentes zonas y en consecuencia dejar de invisibilizar a los agricultores que normalmente representan un sector social desconocido, menospreciado y vulnerable dentro del consumo de alimentos en las ciudades (Salgado, 2015).

El primer mercado alternativo en el país fue el *Tianguis del Círculo de Producción y Consumo Responsable*, establecido en la ciudad de Guadalajara en 1996. Posteriormente surge en 2003 el *Tianguis Orgánico de Chapingo* en Texcoco, ese mismo año nace el *Tianguis Agroecológico de Xalapa*, en Veracruz. Después en 2004 se crea la *Red Mexicana de Tianguis y Mercados Orgánicos* (REDAC) (Pardo y Durand, 2019; García, 2015), con el propósito de facilitar la comunicación entre las distintas iniciativas a nivel regional y nacional; al mismo tiempo este proyecto ha promovido la certificación participativa (orgánica) en dirección a crear un proceso colectivo sin limitantes económicas o burocráticas, que funcione para que se establezcan relaciones de confianza entre productores, consumidores, promotores y/o coordinadores (Schwentesiuss y Gómez , 2015). Luego en 2010 se funda el *Mercado el 100*, considerado el primero en la Ciudad de México; al comienzo participaban en el proyecto únicamente 12 productores, sin embargo, el mercado ha crecido y a la fecha cuenta con 45 productores (Pardo y Durand, 2019).

Particularmente en el campo del activismo alimentario de la Ciudad de México han predominado los mercados alternativos, que como se mencionó anteriormente, son conocidos en la literatura internacional como *farmers market*. Estos mercados, por

lo general se organizan y se presentan al público como un tianguis tradicional⁶ en donde se fomenta el intercambio de mercancías, ideas y cultura. Aunado a ellos también hay proyectos de RAA virtuales e híbridos, en donde podemos encontrar distintos tipos de experiencias como las canastas orgánicas. En este sentido, se considera interesante la característica que mantienen las RAA de la Ciudad de México en cuanto al espacio digital, en donde todas disponen de redes sociales para estar en contacto con los consumidores y dar a conocer información sobre los productores y los eventos que organizan, como talleres, conferencias, obras de teatro, etc. Otras construcciones de activismo alimentario que se encuentran en la zona son las tiendas especializadas, los restaurantes, huertos urbanos y espacios sociales autogestionados. (Gravante, 2019a y 2020).

En la investigación de campo que realiza Gravante (2019a y 2020) entre 2017 y 2018 sobre las prácticas de consumo alimentario alternativo en la Ciudad de México, encuentra que las redes están compuestas por pequeños productores y/o transformadores, que se pueden agrupar en familia o en colectivo, su forma de trabajo se caracteriza por producir a pequeña escala, agroecológicamente y/o artesanalmente. En las relaciones entre productores y consumidores se eliminan o reducen los intermediarios, además hay disposición por parte de los productores para explicar procesos de elaboración como también las bondades y limitaciones de los productos.

En el caso de los agricultores que pertenecen a los mercados alternativos, el trabajo se integra primordialmente por núcleos familiares y se utilizan técnicas tradicionales. Buscan establecer una concordancia entre sus valores y sus acciones ya que las RAA se caracterizan por tener esa coherencia, por ejemplo, cultivar la tierra respetando la naturaleza. Lo que esto ha provocado es que los agricultores contribuyan al consumo informado, lleven a cabo el comercio justo, cultiven a

⁶ El tianguis es un mercado tradicional que ha existido en Mesoamérica desde la época prehispánica. La palabra proviene del náhuatl y quiere decir: mercado al aire libre. (Delfín, 2010). Aunque ha ido evolucionando en su forma a partir de los contextos sociales a lo largo de los siglos, en México este espacio de distribución e integración sigue presente, actualmente se caracteriza por situarse en un lugar público semanalmente.

pequeña escala, y produzcan de forma agroecológica. En este sentido y en estos espacios, podemos ubicar a productores que trabajan con objetivos en común, los cuales están alejados de las necesidades del mercado de la industria alimentaria y los supermercados (Gravante, 2019a).

Los aspectos que caracterizan a los mercados alternativos de la Ciudad de México en términos generales son los mismos que aquellos del panorama internacional: venta de productos orgánicos y artesanales, cultivo a través de sistemas agroecológicos y fomento del comercio justo. Para Gravante (2019a) estos aspectos son de suma importancia, ya que se localizan en un contexto donde el trabajo del campesino es menospreciado y mal pagado, el control de la calidad de los productos ausente por parte del estado y delegado a las grandes industrias alimentarias, además de que existe un deterioro en cuanto a nuestra relación con la naturaleza.

A pesar de que no todos los mercados se pueden caracterizar como radicales, porque algunos se consideran de orientación reformista, y por lo tanto no siempre son una resistencia a los procesos de neoliberalización, actúan para dignificar el trabajo de los agricultores y artesanos, concientizan sobre las problemáticas de la industria agroalimentaria y fomentan la relación entre productores y consumidores. (Pardo y Durand, 2019; Guthman, 2007).

Por otra parte, una de las limitaciones que se presenta en el desarrollo de los mercados, es que incluso cuando en la ciudad hay una grata aceptación por el activismo alimentario urbano, la cual se denota en el crecimiento de los mercados alternativos, se ha creado el estereotipo de que estos espacios son para clases sociales altas con un elevado poder adquisitivo (Pardo y Durand, 2019). La investigación que llevo a cabo Gravante (2019a) ha demostrado que por lo general los precios de los productos que se venden en las redes son “ligeramente superiores a los supermercados de grandes superficies y a los mercados locales convencionales de la ciudad, mientras que también son inferiores a los precios que ofrecen las tiendas naturistas y orgánicas” (2020, p.21). También el Mercado Alternativo de Tlalpan realizó una comparación de precio, entre sus productos y

distintos canales de distribución, llegando a la misma conclusión⁷.

A partir de las comparaciones entre precios ya mencionadas, es evidente que para las clases con menores ingresos la diferencia de precio podría resultar significativa, pero para las clases medias y altas es imperceptible. Esto sugiere que el problema de compra que tienen las clases medias y altas en mercados alternativos es esencialmente cultural y no económico, puesto que estas clases prefieren comprar en supermercados de alto rango por su valor simbólico (Gravante, 2020). En esta problemática, también se integra la ignorancia y falta de interés de las clases socioeconómicas medias y altas por la situación agrícola y las dificultades que existen en el sector agroalimentario (Pardo y Durand, 2019; Salgado, 2015). No obstante, Salgado (2015) menciona que sería de suma importancia que estos tipos de consumidores comprendan que es necesario construir interacciones sociales con los productores para que la agricultura sostenible pueda prosperar, y en consecuencia se logre proteger la diversidad biológica, social y los recursos naturales.

Regresando a la temática de estudio, el fenómeno social del activismo alimentario ubicado en las zonas urbanas de México es un tema poco examinado, lo mismo ha sucedido en la academia latinoamericana, ya que los estudios han sido enfocados al ámbito rural e indígena, así que los temas principales que se involucran son las disputas por la tierra, la soberanía alimentaria, las prácticas agroecológicas, entre otros, y siempre en un contexto rural. También, el análisis de estas experiencias se ha desarrollado, por lo general, a través de una lógica de costo – beneficio, lo que deja de lado el significado que pueden tener las RAA para los protagonistas más allá de ese único ámbito (económico) reduccionista. (Gravante, 2019b).

Por otro lado, a nivel internacional la investigación sobre las RAA ha sido más recurrente, la academia ha mostrado un mayor interés. Pero incluso una propuesta novedosa que tiene como objetivos ayudar a los agricultores, consumidores y crear

⁷ Véase para más detalles la página web:
<http://www.mercadoalternativodetlalpan.com/evaluación.html>

distintas sociedades que además de solidarias sean sostenibles, no está exenta de la crítica. Así que a continuación abordaré las contradicciones que se han manifestado en la literatura internacional y daré un panorama sobre las distintas posiciones de estudio de las RAA.

2.3 Contradicciones y límites de las RAA

En este apartado presentaré las diferentes posturas que han emergido en el estudio de las RAA a nivel internacional, las cuales han sido manifestadas por diversos académicos, pero también activistas y profesionistas del sector, con el objetivo de entender sus límites y alcances, además de lograr una mayor reflexión sobre el tema.

Al posicionarse como alternativas, las redes tomaron un camino diferente al que se estaba viviendo en las grandes industrias y los supermercados. Sin embargo, ahora los productos alternativos pueden encontrarse en empresas transnacionales como las cafeterías de la marca Starbucks y las tiendas del grupo Wal-Mart o empresas nacionales como La Comer, El Palacio de Hierro o Liverpool (considerando el contexto mexicano). Esto sucede porque en los consumidores preocupados⁸ se ha encontrado un nuevo nicho de mercado para las empresas nacionales y multinacionales. Por ejemplo, en el Reino Unido, alrededor del 75% de los productos orgánicos se vende a través de supermercados (Maye y Kirwan, 2010). Dadas las circunstancias, las distinciones entre redes "alternativas" y "convencionales" son cada vez más controversiales y cada vez más difíciles de mantener en la práctica (Ilbery y Maye, 2005). Entonces surgen cuestionamientos en la siguiente dirección: ¿Se pierde lo alternativo cuando grandes empresas convencionales posicionan el trabajo de los de pequeños y medianos productores?, ¿se pierde lo alternativo cuando grandes empresas venden productos orgánicos

⁸ Son aquellos consumidores que se preocupan por la seguridad y calidad de los alimentos provenientes de la industria alimentaria que se venden en las cadenas convencionales de alimentación, en consecuencia, buscan alternativas en alimentos de calidad, que fomenten el bienestar de la vida animal, la sostenibilidad ambiental y la justicia social (Maye y Kirwan, 2010).

y/o de comercio justo?, y también, ¿estas empresas están verdaderamente interesadas en los problemas medioambientales y/o de justicia social?

Son pocas las empresas que manejan la industria alimentaria de todo el mundo, en donde se incluyen mercados como el de semillas y la comida procesada, sin dejar fuera a los alimentos orgánicos. Algunas marcas que producen orgánico y reciben reconocimiento internacional son: Kraft, Heinz, Kellogg's, Coca-Cola y PepsiCo (Johnston, 2014). Sin embargo, es relevante mencionar que incluso cuando se trata de alimentos orgánicos en producciones de la industria convencional alimentaria, los procesos no cambian mucho de su forma original; con esto me refiero a que las industrias trabajan sin químicos, pero su rendimiento se obtiene por medio de agricultura intensiva de monocultivo y a través de la explotación a los agricultores y de la naturaleza (Pardo y Durand, 2019). Es por esto que, difícilmente los supermercados crearan a su alrededor una comunidad interesada en la sostenibilidad, la equidad, la justicia social y sus desafíos.

Delind explica al respecto:

Hay quienes ven estos cambios como evidencia del éxito del movimiento. Lo que una vez fue una visión alternativa ahora se ha trasladado a la corriente principal, a la conciencia popular (y global), trayendo consigo muchos valores ilustrados: cuidado, ecología, sostenibilidad, salud, equidad. Hay otros que ven estos cambios como una demostración más del poder del capitalismo de mercado (o corporativo), su capacidad para mercantilizar cualquier cosa, suscribir políticas neoliberales y reforzar las estructuras que dieron lugar a la resistencia original (Delind, 2013, p.391).

A pesar de que las prácticas orgánicas de las multinacionales son diferentes de las que llevan a cabo las RAA, el activismo alimentario ha tenido que buscar formas para evitar las presiones de la asimilación corporativa. Los siguientes ejercicios forman parte del posicionamiento de las redes que no buscan ser asociadas con la industria convencional de alimentos: adoptar la gobernanza cívica, reafirmar las relaciones directas entre compradores y productores en las transacciones de

comercio justo, y combinar formas organizativas sociales de mercado y de no mercado (Goodman, Dupuis y Goodman, 2011).

Las críticas también se orientan en pensar las redes –con base en valores ecológicos y de comercio justo– como experiencias insertadas en un sistema capitalista repleto de contradicciones, explotación e insostenibilidad. Entonces, puede surgir la pregunta: ¿cómo es que las redes buscan que sus prácticas sean contrarias a la industria alimentaria en tanto el cultivo y aprovisionamiento de alimentos, cuando están insertas en el mismo sistema que no refleja sus intereses? A la cual podemos dar respuesta con los argumentos de Goodman, Dupuis y Goodman (2011), quienes recalcan que cualquier tipo de movimiento alternativo alimentario no debe ser juzgado por si consigue o no ser un polo opuesto al capitalismo; dado que los proyectos están insertos en el sistema, conviven con él y es a partir de sus prácticas cotidianas que van formando el cambio, creando el nuevo mundo en el ahora, de adentro hacia afuera. Esta investigación, se inserta precisamente en esa línea: qué significa para los productores de las RAA estos espacios en términos de valores y cultura.

También hay una postura que considera a los consumidores de los mercados alternativos como individuos con altos niveles adquisitivos, que por lo tanto han construido una educación institucional solida para contribuir con la sostenibilidad, al contrario de gente de escasos recursos (Johnston, 2008; Johnston, Szabo y Rodney, 2011). Incluso el estereotipo de consumidor orgánico implica ser caucásico, rico y bien educado (Dettman y Dimitri, 2007). No obstante, en esta construcción de los mercados el diálogo es clave, y el nivel económico no está ligado a la reflexividad⁹ que se pueda tener.

Asimismo, hay una tendencia en la literatura a considerar los movimientos alternativos de alimentos como predominantemente blancos, pero no existe

⁹ Reflexividad: práctica política con la capacidad de hacer que el poder de las economías alternativas se manifieste en un mundo más inclusivo y habitable (Goodman, Dupuis y Goodman, 2011 p. 156).

evidencia de que la mayor participación en las RAA provenga de gente blanca (Lockie, 2013). El autor dice que sería más importante estudiar qué hace a una persona involucrarse o no en estas redes, en lugar de querer investigar el color de la piel de la gente que participa. Recientes investigaciones sobre el activismo alimentario han desmoronado este estereotipo, presentando casos de RAA de Cuba, Sri Lanka, Brasil, Egipto y la participación de grupos vulnerables como los migrantes latinos, las cooperativas anti-mafias, entre otros (Counihan y Siniscalchi, 2014).

La investigación de Suarez-Balcazar, Martinez, Cox, y Jayraj (2006) sobre la eficiencia de las redes alternativas alimentarias en barrios de bajos ingresos en EEUU, indicó que los clientes que pertenecían a un barrio pobre afroamericano determinaron como una experiencia positiva su participación en un mercado alternativo. Por lo tanto, se demuestra que hay opciones para adaptar los mercados de agricultores a las necesidades de las comunidades minoritarias de bajos ingresos, aunque la muestra de un estudio no sea representativa. Referente al tema Lockie menciona:

La caracterización errónea de las RAA, como bastiones universales de privilegios blancos de clase media y alta trivializa la participación de participantes marginados y / o desfavorecidos dentro de estas redes. Tal caracterización errónea nos anima a centrar la atención académica únicamente en la identificación y la teorización de la exclusión y, por lo tanto, perder de vista las oportunidades para explorar y aprender de las prácticas de RAA que promueven la inclusión intencionalmente o incluso involuntariamente (Lockie, 2013, p. 416).

Por último, también hay que considerar las limitaciones para realizar ciertas acciones estratégicas en estos proyectos y movimientos (Goodman, Dupuis y Goodman, 2011) con la finalidad de posteriormente atacarlas e ir dirigiendo las acciones a la construcción comunitaria y responsable. Para Lockie y Collie (1999) tanto productores como consumidores deben ser considerados socios activos, relacionales y políticos, que están creando en conjunto nuevos conocimientos sobre

alimentos; y aunque es indiscutible que existe un nicho de mercado de alimentos orgánicos certificados y de comercio justo en las clases socioeconómicas altas de todos los países (Altieri y Nicholls, 2012), hay que buscar hacer una apertura para que se integren otras clases sociales (Salgado, 2015). Por ello es importante el estudio de las distintas experiencias de activismo alimentario.

Específicamente la Ciudad de México se compone de varias demarcaciones con distintas características, lo que lleva a la construcción de proyectos particulares; por lo tanto investigar cada proyecto alimentario alternativo tendría alcances significativos para conocer cómo impulsar este tipo de espacios de acuerdo a las condiciones de origen. También está la situación del Estado de México, periferia de la ciudad caracterizada por sus propios habitantes como un sector marginado, en el cual sería interesante conocer cómo se están construyendo estos proyectos, cómo es su intervención en la comunidad y cuál es la percepción de los habitantes.

2.4 Los enfoques de estudio de las RAA

Los sistemas alimentarios alternativos conforman un área floreciente de investigación, la cual está presente desde finales de la década de 1990 en el campo de estudio de la investigación agroalimentaria (Maye, 2013). También las ciencias sociales se han interesado en el tema, particularmente desde la sociología, la geografía humana y la antropología (Maye y Kirwan, 2010).

Los estudios más extensos sobre las RAA se han llevado a cabo en Europa y Estados Unidos. Como vimos en el apartado anterior, estos están plagados de dualismos polarizadores (Johnston y Cairns, 2013). Sin embargo, hay que tener en cuenta, nos dice Goodman, Dupuis y Goodman (2011), que actualmente las características de convencional y alternativo están mezcladas en las diferentes empresas y proyectos, por ello los análisis deben ser más profundos, con el propósito de encontrar las posibilidades que ofrecen los espacios alternativos y también la posibilidad del cambio social dentro de lo convencional. Ya lo dijo Gibson-Graham en 1996, dentro del sistema capitalista existen prácticas

económicas de proliferación, cuya principal motivación no es hacer dinero, sino enfocarse en asuntos sociales y éticos (Maye y Kirwan, 2010).

Uno de los primeros conceptos centrales en el estudio teórico de las RAA fue el de 'cadenas cortas de suministro de alimentos', el cual se dividió en dos tipos por Marsden, Banks y Bristol (2000), 'espacialmente próximo' y 'espacialmente extendido', esto con el propósito de poder incluir más experiencias alimentarias alternativas dentro del concepto de cadenas cortas, sin embargo Ilbery y Maye (2005) proponen nombrar al segundo tipo 'enfoque de cadena completa' (*whole chain approach*), puesto que abarca ventas a consumidores que no tienen conocimiento personal del área de origen del producto, o sea que las ventas se producen fuera de las regiones de producción. Otros conceptos más recientes, que se encuentran en continuo crecimiento y se han estudiado de forma empírica, son el de 'comercio justo' y 'giro de calidad'¹⁰. También han proliferado las investigaciones sobre el suministro de alimentos a instituciones públicas (escuelas, cárceles y hospitales), y los alimentos orgánicos, que son cada vez más criticados por su expansión en las cadenas de distribución convencionales (Maye y Kirwan, 2010).

En la academia las redes han sido criticadas por excluir minorías étnicas y a las clases sociales bajas, sin embargo, han sido pocas las investigaciones sobre proyectos alimentarios alternativos dirigidos a zonas económicamente desfavorecidas, como por ejemplo los desiertos alimentarios -*food desert*- (Beaulac, Kristiansson y Cummins, 2019). A pesar de ello, la exclusión ha sido generalizada como característica de las RAA, lo que ha provocado deficiencias en posteriores investigaciones, y aunque no se pretende deslegitimar la anterior afirmación, se busca evitar convertirla en totalizadora de todos los proyectos alimentarios alternativos porque provoca sesgos epistemológicos (Lockie, 2013; Goodman, Dupuis y Goodman, 2011).

¹⁰ Es un intento particularmente de Europa por vincular producto y lugar, o sea autenticar la producción local (Maye y Kirwan, 2010).

Para Lockie (2013) existen serios problemas en el estudio de las redes que tienen que ver con la sobre-generalización, la cual de acuerdo con el autor produce tres cosas¹¹: 1. La reificación¹² de esquemas raciales simplificados. 2. El oscurecimiento de dimensiones más importantes de diferencia y solidaridad. 3. La promoción de argumentos circulares, no verificables e irrefutables.

A su vez la tendencia que han seguido las investigaciones es hacia una perspectiva económica, lo que ha provocado un reduccionismo económico que no deja ver las raíces del movimiento local basado en prácticas, valores y procesos de empoderamiento cívico basados en el contexto (Goodman, Dupuis y Goodman, 2011; Gravante, 2019a). Son privilegiadas las relaciones de mercado en lugar de las relaciones comunitarias, y puesto que los actores que participan en proyectos alternativos son multidimensionales, no es justo reducirlos a sujetos instrumentales (Delind, 2013; Gravante, 2020).

En cuanto a las propuestas, mencionaré la de Goodman, Dupuis y Goodman (2011) quienes invitan a trabajar con un enfoque relacional basado en procesos, que se aleja de un mundo alternativo perfecto con valores estáticos. En palabras de ellos:

Esta cosmovisión relacional admite que su visión es nunca es perfecto, pero siempre se puede mejorar trabajando en relación con los demás, especialmente cuando se informa por una visión abierta, reflexiva y controvertida de la "mejora" como una idea y un proceso (Goodman, Dupuis y Goodman, 2011, p. 6).

Así que al considerar importante la visibilización de los logros y el potencial de los alimentos alternativos y las dinámicas de comercio justo, se obtendrán análisis como los de Goodman, Dupuis y Goodman (2011), quienes observaron que “en Estados Unidos, a partir de estos movimientos hay una obstrucción a la ambición totalizadora de productos orgánicos corporativos.” (p. 247). También estudiar la

¹¹ Para tener más información al respecto véase Lockie, 2013, pp. 415 - 416.

¹² Término que se refiere a la cosificación, puede ser de una persona, relaciones humanas, conceptos, etc. Véase el Diccionario del español de México: <https://dem.colmex.mx/ver/reificar>

reflexividad (actividad política) es clave, porque permite mayor apertura a visiones del mundo alternativas y por lo tanto se abre paso para evaluar la capacidad transformadora que tienen los proyectos (Goodman, Dupuis y Goodman, 2011).

Maye y Kirwan (2010) consideran como un tema relevante para futuras investigaciones sobre RAA el “Sur global”. Esto porque la mayoría de los estudios se concentran en Europa y América del Norte, así que los autores enfatizan la necesidad de evaluar otros contextos en donde se desarrollen las redes para comprender de forma más amplia su potencial.

Una de las propuestas más recientes de análisis de movimientos sociales y proyectos alternativos que logra rescatar los valores humanos en lugar de los intereses económicos, es el enfoque de la prefiguración política; caracterizado por intentar comprender las relaciones entre prácticas, valores y fines. En el apartado siguiente introduciré este enfoque de análisis, representativo de la investigación del activismo de base en la literatura de los movimientos sociales, el cual orientará el análisis de esta investigación.

2.5 La prefiguración política como enfoque de análisis de las RAA

El enfoque de la prefiguración política emerge en el campo de estudio de los movimientos sociales, se expandió en las movilizaciones sociales de los años sesenta¹³ y actualmente se presenta en los movimientos sociales contemporáneos (Yates, 2014).

Cabe mencionar, que los primeros estudios que utilizaron la prefiguración política como marco analítico se desarrollaron a partir de casos de estudio europeos, como

¹³ Particularmente se les conoce como ‘nuevos movimientos sociales’, fueron una oposición a los movimientos clásicos obreros; se caracterizaron principalmente por sus demandas culturales e identitarias, de redistribución social de la riqueza y de la transformación de los conceptos de democracia y dignidad (Players, 2018).

la Comuna de París en 1871, los grupos anarquistas en la Guerra Civil Española y el levantamiento húngaro de 1956 (Boggs 1977).

Posterior a estos casos de estudio, el enfoque de la prefiguración política fue propuesto por Carls Boggs en 1977, para dar explicaciones a los movimientos de la nueva izquierda norteamericana, la cual se alejaba tanto de estrategias de vanguardia revolucionaria como de reformistas estructurales para el cambio social. Así que la prefiguración se trata de una lógica política que comprende una nueva forma de ver la política de izquierda y funciona como un instrumento de cambio social, con la premisa de que los medios deben ser coherentes con los fines (Yates, 2014).

En las prácticas prefigurativas además de la vinculación entre medios y fines, se busca la coherencia entre ellos. Por lo tanto, se integran valores como la horizontalidad y la diversidad, lo que ocasiona que las experiencias alternativas abarquen una multiplicidad de objetivos políticos; objetivos que se van cumpliendo en el presente por medio de la práctica cotidiana y de la acción colectiva, en lugar de limitarse a únicamente exigir reformas al Estado. Además, la prefiguración tiene un sentido no violento que descarta acciones como el autoritarismo y la coerción (Yates, 2014; Maeckelbergh, 2011).

Lang y Schneider (2003) expresan las diferencias que visibilizan el valor de la diversidad en la política prefigurativa, y determinan su ejercicio, opuesto al de la vieja izquierda:

La cuestión ya no es expresar una forma común de lucha, ni una imagen unificada o una solidaridad unidimensional, ni una unidad ostentosa ni una subcultura secretamente unificadora, sino la comprensión profunda y la voluntad absoluta, de reconocer las diferencias internas y crear grupos flexibles, donde diferentes enfoques se conectan entre sí de manera razonable y para beneficio mutuo (cit. en Maeckelbergh, 2011 p. 17).

Otra de las características sobre la prefiguración, es que encarna los conceptos de proceso y estrategia; cabe mencionar que usualmente en los movimientos sociales,

prefiguración y estrategia se toman por separado¹⁴ porque la visión de izquierda dominante y tradicional ha cerrado el concepto de estrategia a estructuras organizativas jerárquicas, fijas en un objetivo determinado; mientras que la nueva izquierda se reconoce como abierta y descentralizada. La práctica a lo largo del tiempo en un grupo sin jerarquías, diverso y con múltiples objetivos es la clave para determinar que se trabaja con procesos continuos y con una estrategia propia de la política prefigurativa. (Maeckelbergh, 2011).

Maeckelbergh (2011) pone en evidencia estas particularidades de la prefiguración política, a través del análisis que realiza dentro del movimiento alterglobalización. Las metas en este movimiento se consiguen a partir de la configuración previa de objetivos, sin embargo, esto no implica analizar y desarrollar una meta singular en un periodo de años, sino ir creándolas a partir de los acontecimientos y el contexto: “lo real y lo ideal, se vuelven uno en el presente” (Maeckelbergh, 2011, p. 4). Esta perspectiva concuerda con lo que menciona Leach (2013): “la estrategia prefigurativa se basa en el principio de acción directa, de implementar directamente los cambios que uno busca, en lugar de pedirles a los demás que hagan los cambios en su nombre” (p. 1).

En este caso, el objetivo principal de los actores del movimiento alterglobalización, no es eliminar o tomar el poder, sino remplazar las estructuras existentes de gobernanza global, lo que representa la forma en la que opera el poder. Otro aspecto que destaca la investigadora dentro del movimiento es una estructura de red, que relacionada con los valores de horizontalidad y diversidad permite objetivos abiertos y múltiples, por ello la importancia de conectividad y comunicación entre los miembros, para la creación y expansión de las redes (Maeckelbergh, 2011).

¹⁴ Para Epstein (1991) el “movimiento de acción directa” es un rechazo a la estrategia, además observa en el espíritu posmodernista el rechazo a la estrategia y a la organización duradera por lo que los movimientos se debilitan. En la misma percepción se encuentra Breines (1989) quien opina que hay sol

o una forma de ver la estrategia y es a través de la política tradicional, la instrumentalidad y la organización.

Dada la complejidad de la prefiguración política, Yates (2014) explica su estructura en la combinación de 5 procesos: 1. Experimentación colectiva. 2. Imaginación. 3. Producción y circulación de significados políticos. 4. Creación de nuevas formas y conductas, consolidadas en la infraestructura del movimiento. 5. Difusión de ideas, mensajes y objetivos para redes y circunscripciones más amplias. Los cuales, reflejan una relevancia considerable al proceso de comunicación en la prefiguración. En contraparte, se puede mencionar a los grupos subculturales o contraculturales (como por ejemplo los grupos punks o los grupos de la contracultura americana de los años sesenta) que a pesar de tener algunas similitudes con los grupos prefigurativos, no procuran la proliferación y difusión de sus perspectivas y conductas colectivas, pero, sobre todo, son diferentes porque no buscan una coherencia entre prácticas y fines.

La búsqueda de coherencia es un pilar central en las prácticas prefigurativas. Por ejemplo, en el campo de la comunicación de los grupos prefigurativos – particularmente los que se encuentran dentro del activismo alimentario o el movimiento alterglobalización– es importante lo que se transmite con el ejemplo y lo que perciben los demás de la vivencia cotidiana de los actores involucrados en los proyectos. En este sentido, uno de los participantes de un centro social en Barcelona (considerado por Yates como participante de la política prefigurativa) mencionó, que lo que la gente puede ver en las comunidades que han creado, es más convincente que cualquier discurso político. Es decir, las prácticas cotidianas para estos tipos de grupos son la mejor forma (y a veces única) de hacer política.

Igualmente, Yates (2014) expone tres dinámicas que pueden caracterizar la práctica prefigurativa en un proyecto de cambio social: coherencia de medios-fines, la construcción de alternativas y la prolepsis. La primera dinámica se relaciona con la estructura organizacional de los grupos activistas y sus prácticas. La segunda dinámica se refiere a la construcción de proyecto alternativo, que no es necesariamente ejecutado para el propio placer del grupo, más bien se trata de una vinculación hacia un deseo más grande de cómo ellos quieren que sea el mundo alternativo, y por lo tanto representa su capacidad de construcción. La tercera dinámica, como la misma palabra lo sugiere, indica que la práctica prefigurativa

adelanta o representa de alguna manera en el presente 'el mundo alternativo' de estos grupos, sin que necesariamente se haya alcanzado. Por lo general la prolepsis implica una superposición de las dos anteriores, es decir, una atención por parte de los grupos hacia cómo se alcanzan los objetivos (coherencia medios-fines) y el significado que tiene los proyectos alternativos que ellos desarrollan (capacidad de construcción del futuro en el presente).

Se ha llegado a considerar que la política prefigurativa no tiene grandes alcances porque se desintegra cuando los movimientos crecen. Por ejemplo, Breines percibe a la democracia participativa capaz de generarse únicamente en organizaciones locales y de base. Farber (2014) dice que las acciones de política prefigurativa no tienen sentido en una sociedad más grande, dado que la sociedad futura no involucra la creación de comunidad deliberada, ni la desaparición de las jerarquías, sino viabilidad institucional, sostenibilidad y democracia. Incluso le llama un abordaje romántico irracional y utópico del cambio social.

A pesar de la crítica, el marco analítico de la prefiguración política ha sido útil para explicar experiencias de activismo de base, conocidas en la literatura como *grassroots activism*; estas son prácticas que se alejan de las dinámicas de los movimientos sociales más amplios y de estructura más heterogénea. La apuesta es considerar la prefiguración política como un enfoque de análisis para estudiar las experiencias que proponen construcción política alternativa, partiendo de sus prácticas cotidianas. Por lo tanto, debe convertirse en un concepto analítico y no simplemente en un término para describir las actividades de los movimientos, grupos y/o colectivos (Yates, 2014).

Considerando las cualidades de la prefiguración política, utilizaremos este enfoque analítico, junto con una metodología cualitativa para la investigación de las RAA en la Ciudad de México, con el propósito de entender mejor la experiencia de los agricultores que participan en los mercados alternativos, espacios relacionados con el activismo alimentario/urbano, considerado parte del activismo de base.

Gravante (2019, 2020) empleó el mismo enfoque de análisis cuando comenzó las investigaciones de activismo alimentario en la Ciudad de México, así logró

augmentar la información conocida sobre las características que presentan las RAA. Para esta investigación en particular, cuyo objetivo es continuar incrementando el conocimiento que se tiene sobre los integrantes de estos espacios, la hipótesis que vincula prácticas y valores se basa en la pregunta: ¿Cómo los agricultores urbanos interpretan su experiencia en los mercados alternativos?

Así la política prefigurativa será fundamental para conocer los valores y eventualmente las emociones directamente relacionadas con las prácticas realizadas por los sujetos de estudio (agricultores de la Ciudad de México), como pueden ser su participación y producción en las RAA. El enfoque prefigurativo también será necesario para comprender si las prácticas realizadas en su vida cotidiana son dirigidas a conseguir de alguna forma, un cambio en la cultura alimentaria de los consumidores y habitantes de la urbe más grande de México.

CAPÍTULO 3. MARCO METODOLÓGICO

En este apartado se presentará una explicación sobre el diseño de la investigación y el tipo de enfoque metodológico que se ha seleccionado para la misma. En consecuencia se proporcionará información sobre las técnicas de investigación utilizadas con el fin de alcanzar los objetivos del proyecto; las cuales fueron la observación participante, la encuesta y la entrevista; las dos primeras funcionaron para ampliar el conocimiento que hay sobre las RAA en la Ciudad de México porque hay poca literatura sobre ellas, y la tercera para saber el significado que los productores agrícolas les dan a los mercados alternativos. Con el fin de profundizar sobre las diferentes técnicas metodológicas que son la base de este trabajo, las preguntas ¿para qué sirven?, ¿por qué y para qué sirvieron en la investigación? y ¿cómo fueron aplicadas? guiaron el capítulo.

Para la última parte de este tercer apartado se utilizó la información obtenida de la observación participante para presentar los tres casos de estudio pertinentes a la investigación.

3.1 El diseño de la investigación

Este trabajo busca entender el fenómeno social de las RAA de la Ciudad de México desde la perspectiva de los propios agricultores, por lo tanto, es un estudio fenomenológico que se encuentra en la corriente del interaccionismo simbólico, esto significa que, los significados sociales asignados por las personas al mundo que las rodea son fundamentalmente importantes y el punto de partida del análisis (Bodgan y Taylor, 1987).

Como mencionan Bodgan y Taylor (1987) “el término metodología designa el modo en que enfocamos los problemas y buscamos las respuestas” (p.15). Por ello en esta investigación se utilizó principalmente la metodología cualitativa, esto porque el enfoque principal de la misma será otorgar mayor importancia a los procesos de interacción social y es la dimensión cualitativa la que da privilegio a la narración, y con ello, a una comprensión del significado que los mismos actores dan a una determinada realidad (Della Porta, 2014).

Esta metodología se compone de diferentes técnicas para la recolección de datos, entre las más usadas se encuentran la entrevista, la historia de vida y los grupos de discusión. En el diseño de la investigación se implementaron dos técnicas cualitativas, la observación participante y la entrevista a profundidad. Aunque también se eligió utilizar la técnica cuantitativa de la encuesta que es muy popular en las ciencias sociales. Esta combinación entre cualitativo y cuantitativo es común desde una perspectiva contemporánea en la que se plantea la relación complementaria de diferentes métodos (López, 1998).

Entonces como primera etapa del desarrollo de la investigación y como parte de la observación participante, se hizo un mapeo y diagnóstico de los mercados alternativos de la Ciudad de México con el propósito de elegir los más pertinentes

y relevantes para el proyecto de investigación (Bodgan y Taylor, 1987). Posteriormente esta técnica también funcionó para comprender las prácticas que se dan en el proceso de intercambio dentro del mercado (Spradley, 1980).

Como segunda etapa se aplicó una encuesta a los productores. El propósito fue seleccionar a los agricultores con los que se trabajaría en la siguiente etapa de la investigación, y además ayudó a recolectar otros datos para comprender quién participa en las RAA, desde dónde, con qué tipos de cultivo, etc. (Galindo Cáceres, 1998).

En la tercera y última etapa se llevaron a cabo entrevistas en profundidad con siete agricultores, los cuales fueron seleccionados de tres mercados diferentes. El objetivo fue determinar la importancia que tienen las RAA para lo agricultores e identificar los valores que están relacionados con sus prácticas; puesto que una de las inquietudes que surgen en esta investigación es la de comprender si los mercados alternativos son espacios en los que se reflejan las normas éticas, valores y propia identidad colectiva de los agricultores, lo cual significaría que estos espacios en conjunto con sus actores, construyen un cambio social desde la política prefigurativa.

3.2 El trabajo de campo

El trabajo de campo se compone de un conjunto de técnicas que sirven a los/las investigadores/ras para recoger datos descriptivos como palabras y conductas de las personas estudiadas. Esto es muy útil en las ciencias sociales para comprender a las personas que son sujetos de la investigación, conocer su propio marco de referencia y experimentar su realidad tal cual y como ellos la viven (Bodgan y Taylor, 1987). Como ya se comentó, en este trabajo se realizaron tres técnicas que se encuentran dentro del trabajo de campo, una de ellas es cuantitativa y dos cualitativas.

Hay que tomar en cuenta que en el trabajo de campo, el/la investigador/a tiene mucho contacto con las subjetividades y debe ser capaz de apartar sus propias creencias y predisposiciones porque nada se puede dar por sentado, y todas las

perspectivas de los sujetos son valiosas para la investigación, sin importar las creencias personales (Bodgan y Taylor, 1987).

Al mismo tiempo, se debe procurar mantener una distancia con las personas estudiadas, para controlar o por lo menos reducir los efectos que los/las investigadores/as pueden provocar sobre ellas, los cuales interfieren con los resultados del estudio. En última instancia si esto no fuera posible, se tendrían que interpretar esos efectos al presentar los datos (Emerson, 1983).

Para el trabajo de campo lo mejor es siempre tener un permiso formal y no hacer la investigación en cubierto porque puede ocasionar problemas al momento de publicar los resultados (Kerlinger y Lee, 2002). Otro a aspecto a considerar es que cuando se da por terminado el trabajo de campo es importante buscar una forma de retribuirles a los informantes, puede ser realizando acciones voluntarias en beneficio del grupo, lo cual permite que los individuos reconozcan la importancia de su participación, y también que los/las investigadores/as queden en buenos términos con las personas para mantener la oportunidad de seguir realizando investigaciones en el futuro (Balsiger y Lambelet, 2014).

3.3 La observación participante

Es una técnica de investigación cualitativa muy utilizada en los estudios etnográficos, sin embargo, también se ha demostrado su eficacia en proyectos de investigación sobre movimientos sociales y el activismo en general; además es reconocida por su utilidad para conocer a profundidad cualquier fenómeno social que se pretenda estudiar (Balsiger y Lambelet, 2014).

Es así que, son muy variados los escenarios en los que se puede utilizar la observación participante y por lo tanto tiene muchas formas de aplicación. Seleccionar el tiempo que pasa el/la investigador/a en campo y los aspectos en los que se va a enfocar su observación, dependerá de la pregunta de investigación y los datos recopilados para resolverla (Balsiger y Lambelet, 2014). Al respecto, los autores dicen que “la observación participante puede ser más o menos central en

un diseño de investigación dado, también puede ser el núcleo de la misma o simplemente un medio para familiarizarse más con lo que estudiamos” (p. 160).

A través de esta técnica, se comprende lo que a simple vista no se puede conocer sobre un acontecimiento social. De acuerdo con Balsiger y Lambelet (2014), quienes enfocaron su investigación al uso de la técnica en movimientos sociales:

La participación puede permitirnos ir detrás de las posturas públicas para ver cómo operan los movimientos día a día y puede dar una idea de las posibles brechas entre lo que dicen y lo que hacen (p.150).

También en este proceso el/la investigador/a se puede percatar de aquello que es difícil discutir en una entrevista con los sujetos de estudio; estos descubrimientos deben ser considerados importantes y por lo tanto tomarse en cuenta para no tener fricciones con los entrevistados, incluso se aconseja planear con antelación la forma en la que se abordarán las preguntas incómodas (Balsiger y Lambelet, 2014).

Para Balsiger y Lambelet (2014) es importante reconocer, que gracias a la observación participante en los estudios sobre movimientos sociales se ha conocido la heterogeneidad de los participantes, dado que se muestran los roles y niveles socioeconómicos de las personas a partir del lenguaje, los patrones de habla, la ropa, los accesorios, entre otras características. Sin embargo, no es adecuado suponer que se podrá revelar todas las partes de un escenario social por el simple vocabulario de las personas, lo que sugiere una debida triangulación de los datos para analizar lo observado (Bodgan y Taylor, 1987).

Al definir la observación participante, Balsiguer y Lambelet (2014) mencionan tres características fundamentales:

1. Recopilación de datos de primera mano: significa ir a campo para la recolección de datos.
2. Mover la escala de observación: es tomar interés por las interacciones de los individuos en cuanto a lo que hacen y el significado que le dan a sus acciones, lo que origina cierta familiaridad hacia sus prácticas.
3. Experimentar: implica participar en las situaciones que experimentan las personas estudiadas. Tal como afirma Melucci (1996), no solo es importante

la observación para comprender realmente una situación social, sino que también es necesario ser parte de ella.

Hay que añadir, que como investigador/a ser reflexivo/a es muy importante para poder reconocer nuestro impacto en el campo durante el proceso de investigación y al mismo tiempo lograr que los sujetos se olviden que están siendo estudiados para que actúen naturalmente (Balsiger y Lambelet, 2014; O'Reilly, 2009). De esta forma se pretende un equilibrio entre incorporarse al acontecimiento social y poner ciertos límites de participación (Balsiger y Lambelet, 2014). La cantidad y duración de la participación dependerá de diferentes factores en la propia investigación.

Antes de entrar a campo, hay que tomar en cuenta que se debe tener un conocimiento previo de qué, cuándo y cómo se va a observar, conseguido por medio de la propia experiencia o teoría científica. (Balsiger y Lambelet 2014; Bodgan y Taylor, 1987). Por ejemplo, retomar el trabajo de otros investigadores/as, independientemente de su relación con la propia investigación ofrece ciertos recursos para el momento en que se realicen las observaciones (Balsiger y Lambelet 2014). A su vez, se debe examinar el tipo de lugar y/o comunidad en donde se trabajará, ya que existen lugares en donde el acceso para realizar observación participante es restringido o muy difícil de conseguir (Balsiger y Lambelet, 2014).

Esta primera búsqueda de información también favorece el desarrollo de preguntas que se podrán utilizar posteriormente en campo, aunque se debe tomar en cuenta que las primeras ideas sobre el qué, cuándo y cómo en campo, siempre podrán negociarse en el desarrollo de la investigación dado que el escenario regularmente no es lo que se pensaba que era. Como lo confirman Bodgan y Taylor (1987): "Hasta que no entramos en el campo, no sabemos qué preguntas hacer ni cómo hacerlas. En otras palabras, la imagen preconcebida que tenemos de la gente que intentamos estudiar puede ser ingenua, engañosa o completamente falsa" (p. 32).

Otro aspecto por considerar en el ejercicio de la observación participante son los registros en línea que producen los activistas de fenómenos sociales. Investigar y recopilar materiales e información en redes sociales y páginas oficiales es

igualmente relevante para conocer más sobre las personas y los espacios estudiados (Philipps 2012, Balsiger y Lambelet, 2014). “De alguna manera, este uso de "big data" no es más que una extensión de los métodos tradicionales de triangulación utilizados por los etnógrafos.” (Balsiger y Lambelet, 2014, p.162).

Como siguiente paso, para poder reflexionar sobre lo observado y plantear resultados, es necesario contar con notas de campo. Particularmente para esta técnica las notas son una herramienta fundamental y se recomienda hacerlas con discreción, de preferencia después de nuestra participación en el acontecimiento social para que las personas no se sientan invadidas y observadas; es igualmente importante escribirlas con el mayor detalle posible, todos los sentidos deben de estar alerta consiguiendo que el/la investigador/a vea, escuche, sienta e incluso huelga el escenario. Por ello se recomienda que los comentarios sean tanto descriptivos como subjetivos (Bodgan y Taylor, 1987; Balsiger y Lambelet, 2014). No obstante, hay que tener en cuenta que las notas deben ser descriptivas y no evaluativas (Bodgan y Taylor, 1987).

Bodgan y Taylor (1987) mencionan que: “las notas de campo no deben incluir solo descripciones de lo que ocurre en un escenario, sino también un registro de los sentimientos, interpretaciones, intuiciones, preconcepciones del investigador y áreas futuras de indagación” (p. 82 – 83).

Hasta este punto ya se mencionaron los tres pasos principales por Bodgan y Taylor (1987) que pueden convertirse en una guía para realizar observación participante: 1. Interacción social no ofensiva, 2. Adopción de estrategias y tácticas de campo para obtener datos, y 3. Toma de notas de campo.

Por último, hay que destacar que la observación participante se puede llevar a cabo en un sitio o ser multisitio¹⁵ (Balsiger y Lambelet 2014), por lo tanto, es pertinente mencionar que en la presente investigación realicé observación participante en varios mercados de la Ciudad de México con el propósito de involucrarme en las dinámicas que los caracterizan, y así escoger los más adecuados para llevar a cabo

¹⁵ Realizar el trabajo de campo en diferentes lugares al mismo tiempo.

las siguientes etapas metodológicas, ya que como mencionan Balsiger y Lambelet: “la etnografía multisitio también plantea cuestiones de muestreo. ¿Qué sitios seleccionamos y de acuerdo con qué criterios? ¿Por qué este grupo en lugar de ese?” (2014, p. 154).

Para terminar, voy a explicar de forma más detallada, sobre la aplicación de esta técnica en la investigación. Lo primero que hice fue una investigación online que se convirtió en mi primer acercamiento con la organización de los mercados y los productores, ya que para mí era un medio de fácil acceso para empezar con la investigación. Esta parte del proceso se consideró como un mapeo y diagnóstico de los mercados alternativos. A partir de ello, escogí cuatro mercados de la Ciudad de México para realizar observación participante: Mercadito RAM (en la colonia Nápoles), Cooperativa Despensa Solidaria (en la colonia Axotla)¹⁶, Mercado Alternativo de Tlalpan (en la colonia Tlalpan Centro) y Mercado el 100 (en la colonia Roma Sur).

Posteriormente, me introduje en los mercados, dado que los espacios son públicos no tuve dificultad para acceder a ellos, y puesto que mi intención era conocer mejor los mercados, al mismo tiempo que a las personas que ahí trabajan y consumen, ser una consumidora más fue la forma ideal de involucrarme. Me dediqué a observar el perfil de los consumidores, platicar con los productores, asistir a los talleres y consideré muy importante buscar a los organizadores y platicar con ellos sobre la accesibilidad que había en el mercado para realizar una investigación profunda, que incluiría encuestas y entrevistas a los productores. Todos estos factores me ayudarían a determinar los mercados con los que trabajaría, así como a entender y conocer mejor el contexto de las RAA.

Las visitas a los dos primeros mercados (Mercadito RAM y Cooperativa Despensa Solidaria), las realicé a finales de junio de 2019 y a los últimos dos (Mercado Alternativo de Tlalpan y Mercado el 100) a mediados de julio y principios de agosto del mismo año. Mis visitas duraron entre hora y media, y dos horas. Aproximadamente estuve en las diferentes experiencias alternativas entre las 11:30

¹⁶ Actualmente la cooperativa tiene más sedes y un mayor número de productores.

a.m. y las 2:00 p.m. En los tres últimos mercados fueron dos días de observación y en el primero solamente uno porque desde el principio no se adaptó con los intereses de la investigación ya que no contaba con productores agrícolas. Los mercados seleccionados para continuar con la siguiente etapa fueron Cooperativa Despensa Solidaria, Mercado Alternativo de Tlalpan y Mercado el 100.

La siguiente tabla (Tabla 1) contiene los datos generales de cada mercado.

Tabla 1

Datos generales de los mercados visitados¹⁷

Mercado	Días que laboran	Horario	Ubicación en la Ciudad de México	Contacto	Nº de productores agrícolas
Mercadito RAM	Sábados y Domingos	10:00 a 17:00	Dakota #151 Colonia: Nápoles. Alcaldía: Benito Juárez.	Tel: 55 5465 1391 Correo: mercaditoram151@gmail.com Facebook: Mercadito RAM	0
Cooperativa Despensa Solidaria	Domingo (cada 15 días).	9:00 a 15:00	Atrio de la iglesia de San Sebastián Axotla. Colonia: Axotla. Alcaldía: Álvaro Obregón	Tel: 55 2029 8250 Correo: coop.despensasolidaria@gmail.com Facebook: Despensa Solidaria	Entre 3 y 7

¹⁷ Datos obtenidos en el año 2019

Mercado Alternativo de Tlalpan	Sábado	9:00 a 15:00	Casa de la cultura de la UAEM (Universidad Autónoma del Estado de México), Colonia: Tlalpan Centro. Alcaldía: Tlalpan	Tel: 55 2759 5172 Correo: mercadoalternativo.tlalpan@gmail.com Facebook: Mercado Alternativo de Tlalpan	Entre 7 y 13
	Domingo	10:00 a 16:00	Bosque de Tlalpan. Colonia: Parques del Pedregal. Alcaldía: Tlalpan		
Mercado el 100	Domingo	9:30 a 14:30	Plaza del Lanzador. Colonia: Roma Sur. Alcaldía: Cuauhtémoc.	Tel: 55 3872 6037 Correo: mercadoel100@gmail.com Facebook: Mercado el 100	Entre 8 y 14

Como último paso para llevar a cabo esta metodología realicé un diario de campo. De acuerdo con las sugerencias teóricas que conocía para realizar observación participante y puesto que participé como consumidora, lo más conveniente fue hacer las notas después de ir al mercado, lo más pronto posible terminada la observación.

3.4 Encuesta

La encuesta es una herramienta de investigación que ha contribuido al avance del conocimiento científico, se clasifica dentro de los estudios de campo y es reconocida por tener un enfoque cuantitativo. Dentro de la rama de las Ciencias Sociales es considerada fundamental para el estudio de las relaciones sociales porque se utiliza con el fin de conocer el comportamiento, características y variables de los grupos de interés, también conocidos como universos (López, 1998 y Kerlinger y Lee, 2002).

En cuanto a las características de la encuesta que forman parte de sus ventajas específicas, López (1988) reconoce las siguientes:

- Es útil en una variedad de campos y flexible en aplicaciones.
- Permite contrastar y comparar resultados de manera directa.
- Es posible conocer la precisión de los resultados.
- Gracias a su abundante difusión, su aplicación, implicaciones y resultados son fáciles de comprender por la población en general.
- La gran demanda de la encuesta la ha llevado a posicionarse como una metodología confiable con una enorme experiencia profesional detrás.
- Hay gran conocimiento por la técnica que junto con el desarrollo tecnológico consigue resultados de forma rápida, eficaz y a bajo costo.

Existen diferentes tipos de encuesta, las cuales se pueden llegar a clasificar a partir de distintos criterios como el tema de interés, el propósito, el enfoque metodológico, entre otros (López, 1998). En este caso se desarrollará principalmente la clasificación del enfoque metodológico para poder explicar a mayor profundidad el tipo de encuesta que se utilizó para la investigación. También se tratarán otras cuestiones importantes que deben ser tomadas en cuenta para definir el tipo de encuesta en una investigación.

Dentro de la clasificación de enfoque metodológico, primero se encuentran las encuestas exploratorias, cuyo propósito es tener un acercamiento inicial con el fenómeno estudiado, a partir de ello se pueden encontrar características generales del mismo y también crear posibles hipótesis. Después están las encuestas descriptivas que buscan describir con precisión las características del fenómeno observado. En tercer lugar, las encuestas explicativas se enfocan a describir la frecuencia con la que ocurre un fenómeno respecto a otro. Y el último tipo se trata de los estudios causales que pretenden marcar una relación causal entre las variables (López 1998).

Posterior a seleccionar un tipo de encuesta se tendrá que escoger una muestra. Para ello, es importante mencionar que la técnica de muestreo es fundamental en la investigación por encuesta, de hecho fue cuando los científicos sociales trasladaron la técnica de muestreo de las ciencias exactas al estudio de las relaciones sociales, que la encuesta se popularizó y cobró relevancia. El valor del

muestreo se encuentra en que permite conocer las características que nos interesan de una población infinita a partir de un subconjunto, también facilita el ahorro de dinero, tiempo e incluso permite obtener una mayor precisión en los resultados que mediante la medición de todos los individuos de una población (López 1998).

Existen las muestras representativas del universo, siendo aquellas que presentan las características del universo estudiado con un grado de error conocido. Luego están las muestras no representativas o no probabilísticas, de las cuales es imposible calcular el grado de error; se usan con fines exploratorios, es decir, cuando no se pretende inferir los resultados de todo el universo (López, 1998).

Después de obtener una muestra, el siguiente paso para el desarrollo de la encuesta es la elaboración de un cuestionario, el cual se utiliza como una herramienta para reunir información que estará compuesta de datos sociológicos como el género, el nivel educativo, el estado civil, entre muchos otros que dependen del interés de la investigación; esta información resulta indispensable para estudiar las relaciones entre variables. Asimismo, existe una variedad de formas para aplicar un cuestionario, de las cuales sobresalen la entrevista cara a cara, la telefónica, por correo electrónico y por medio de un panel (Kerlinger y Lee, 2002).

De acuerdo con López (1998) la estructura que debe llevar un cuestionario es la siguiente:

1. Introducción e instrucciones
2. Filtro de selección
3. Preguntas relacionadas con objetivos
4. Agradecimiento e informe sobre posible supervisión
5. Datos de identificación como nombre y dirección para posterior supervisión

Con respecto al punto tres de López (1998), se puede considerar que las preguntas para el cuestionario sean abiertas y/o cerradas. Las primeras son ricas en información y fáciles de formular, sin embargo se encuentra poca compatibilidad de resultados y muchas veces las respuestas no están estructuradas, además, como las respuestas se escriben libremente, en ocasiones la profundidad de respuesta

depende de la insistencia del encuestador. En el caso de las preguntas cerradas, las respuestas están estructuradas y logran comparabilidad, sin embargo, estas respuestas deben de considerar todas las diferentes alternativas posibles y se corre el riesgo de dirigir la respuesta, por ello se consideran más difíciles de formular. Otro tipo de preguntas son las escalas multidimensionales que tienen por respuesta puntuaciones y pueden representar la posición de un sujeto con respecto a un concepto global. También se pueden usar como cuestionarios los registros de comportamiento a ciertos estímulos y los reportes de información durante periodos amplios (López, 1998).

En cuanto a la redacción de las preguntas, se recomienda ser breve, claro, simple y conciso, sin buscar dirigir la respuesta del encuestado y procurando ser relevante para el mismo, para ello tanto preguntas como respuestas deben estar dentro de su marco de referencia. A su vez, las preguntas deben llevar un orden, por lo que se sugieren las siguientes secuencias: de lo general a lo específico, de lo simple a lo complejo, de lo espontaneo a lo ayudado, de lo público a lo privado, también se pueden organizar por tópicos y por forma de respuesta (López, 1998).

Como último paso, debido a que pueden existir sesgos en las respuestas como el sesgo de cortesía, la tendencia a repetir respuestas, el tabú acerca de algún tema, la polarización de las respuestas, entre otros, se recomienda pilotear el cuestionario, y en dado caso ampliar las instrucciones, modificar la redacción de las preguntas, cambiar las escalas de respuesta, y modificar la estructura y el orden del cuestionario (López, 1998).

Para finalizar este subcapítulo voy a explicar las características que definieron la aplicación del método de la encuesta en la presente investigación.

Primero, hay que aclarar que fue necesario realizar una encuesta para conocer un poco más sobre los agricultores que integran los mercados alternativos de la Ciudad de México, puesto que el fenómeno de las RAA en México ha sido poco estudiado por parte de las Ciencias Sociales. Como hemos visto en los capítulos, son pocos los trabajos que tratan el tema las RAA en Latinoamérica, y en particular el papel de los productores en estas experiencias. Así que, se optó por realizar una

encuesta de carácter exploratorio y no se contó con una muestra representativa, tomándose en cuenta que, “los resultados de una encuesta deberían ser representativos de una población... sin embargo cuando solamente se busca explorar el fenómeno la encuesta no probabilística es de mucha utilidad” (López, 1988, pp. 39 y 40).

El sondeo se aplicó a todos los productores agrícolas disponibles de los tres mercados seleccionados (Cooperativa Despensa Solidaria, MAT y Mercado el 100), sumando un total de 18 cuestionarios realizados por medio de entrevistas cara a cara, las cuales se llevaron a cabo en los mercados alternativos desde finales de junio hasta principios de agosto del 2019. En este proceso me encargué de llenar los cuestionarios personalmente por varias razones: explicar las preguntas con claridad en dado caso de existir alguna duda con la pregunta o su propósito, considerando que tal vez a algunos productores podrían parecerles intrusivas, también para entender la letra y a lo que se referían los agricultores al contestar, y en general para que el cuestionario se llenara rápida y eficazmente.

En total, el cuestionario se compuso de 13 preguntas, las cuales fueron principalmente abiertas pero también se consideraron algunas cerradas. Además, al principio del cuestionario se preguntaba la edad, nombre y función en el proyecto para saber quién era el encuestado y poder llevar a cabo una mejor aplicación del cuestionario, de igual modo para percatarme si las personas que estaban trabajando en los mercados eran los propios agricultores. En esta primera parte, también se escribieron datos básicos antes de comenzar con la entrevista, como fueron, el nombre del mercado donde distribuía el productor en cuestión y los productos que a simple vista se encargaba de distribuir.

Cada una de las trece preguntas mantuvo un propósito relevante para la investigación. Uno de los principales objetivos era tener mayor acercamiento y conocimiento de los productores pero también se buscaba encontrar a los sujetos que cumplieran con la delimitación de la investigación para poder ser entrevistados en la tercera etapa metodológica, lo cual implicaba que fueran agricultores de la Ciudad de México. Igualmente, la mayoría de las preguntas funcionarían para

escoger productores con diferentes características, y conseguir una investigación con diversos sujetos, lo que podría enriquecer aún más los resultados en las entrevistas.

En seguida voy a profundizar en el propósito de cada una de las 13 preguntas realizadas (Tabla 2).

Tabla 2

Objetivos de la encuesta

Pregunta	Objetivo
1. ¿Cómo se llama su proyecto?	Esta pregunta tuvo como objetivo identificar los diferentes proyectos alternativos.
2. ¿Dónde produce? (Incluir alcaldía si son de la Ciudad de México)	Fue una pregunta clave para delimitar la investigación; ya que me permitiría seleccionar a los productores para la siguiente etapa metodológica, con la intención de centrarme en los agricultores de la Ciudad de México.
3. ¿De dónde es originario?	Con esta pregunta se quiso conocer si la agricultura actual en la Ciudad de México surge por iniciativa de los propios habitantes de la zona, por personas que provienen de otros estados de la República o incluso de alcaldías no periféricas las cuales no son reconocidas por impulsar el trabajo agrícola en la ciudad.
4. ¿Hace cuánto tiempo comenzó a vender en este mercado?	Esta interrogante tuvo el propósito de saber qué relación hay entre la creación del mercado con la integración del productor en el mismo, además se contempló seleccionar casos para la entrevista con la variable de antigua o

	reciente integración de los productores a los mercados.
5. ¿Cuántos integrantes de su familia participan en el proyecto y qué función desempeña cada uno?	La respuesta a esta pregunta contempló una tabla que dividía a los integrantes de la familia entre hombres y mujeres, para conocer el género de los productores y de otros tipos de participantes en los proyectos; lo cual también funcionaría para entender cómo están conformados los proyectos agrícolas de los mercados y cual es la relación que existe entre el género y la posición familiar que se ocupa (madre, padre, hijas, hijos tías, tíos, etc.), con la función que se desempeña en la empresa.
6. ¿Hay alguna otra persona que no sea de la familia y participe en el proyecto? Si la respuesta es ' sí ' ¿qué función desempeña esa persona?	En conjunto con la pregunta anterior, se buscó entender cómo están formados los proyectos agrícolas que se presentan en las RAA y cuál es la relación que existe entre un trabajador externo a la familia y la función que desempeña.
7. ¿En qué tipo de espacio cultiva? (Chinampa, Invernadero, Campo, etc.)	Su propósito fue saber cuáles son los espacios en los que cultivan los productores agrícolas de las RAA.
8. ¿El espacio donde cultiva es alquilado o propio?	Se buscó conocer las condiciones del espacio en el que cultivan los agricultores, ya que este es un recurso fundamental para desempeñar su trabajo.
9. ¿La actividad que realiza surge de una tradición familiar?	Se planteó conocer los antecedentes del origen de la actividad que realizan los agricultores en la actualidad.

10. Si la respuesta fue 'no' ¿cómo se involucró en la agricultura?	Esta pregunta se propuso como complemento de la anterior para entender qué motivó a los productores de las RAA a convertirse en agricultores.
11. ¿Desde hace cuánto tiempo se dedica a esta actividad?	Su finalidad fue saber si en los mercados predominan agricultores con mayor antigüedad o los son mayoría los que se involucraron recientemente en este trabajo. De esta forma, también podría escoger entre esas variables a las personas que serían entrevistadas en la próxima etapa de la investigación.
12. ¿Qué otros productos cultiva?	Fue una pregunta para complementar lo que ya se había anotado al principio sobre los productos que a primera vista se observaban.
13. ¿Realiza algún proceso de transformación en los productos y cuáles es?	Se pretendió conocer qué tan común es esta práctica para los agricultores de las RAA.

Cuando los entrevistados terminaron de contestar las preguntas, y en dado caso de que los agricultores cultivaran dentro de la demarcación de la Ciudad de México, se tomaron sus datos de contacto y se les preguntó si estarían dispuestos a participar posteriormente en una entrevista. Cabe mencionar que para realizar los cuestionarios se siguió la sugerencia que mencionan Balsiger y Lambelet (2014) para realizar trabajo de campo, la cual se trata de solicitar permisos oficiales, por ello se pidió permiso a los organizadores de los mercados para evitar la posibilidad de que en el futuro surgieran dificultades éticas para publicar los resultados. Asimismo se le explicó a cada agricultor que las encuestas eran anónimas, voluntarias, y los datos recolectados se utilizarían únicamente con fines científicos.

Con esta información termina el apartado de la encuesta para pasar a la última etapa metodológica de la investigación, la entrevista.

3.5 Las entrevistas en profundidad

La entrevista como método de investigación comienza a utilizarse ampliamente en las Ciencias Sociales a partir de los años 30 en Estados Unidos con la institucionalización de disciplinas como la Psicología y los estudios sociológicos, desde entonces se divide en dos tipos, cualitativo y cuantitativo (Sierra, 1988). Desde lo cualitativo, esta técnica permite al investigador producir reflexiones en el entrevistado sobre ciertos temas, con el propósito de reunirlos y así generar conocimiento empírico (Della Porta, 2010). Básicamente se trata de un tipo de conversación estructurada y guiada por el investigador, quien será responsable de decidir cuando una respuesta es suficiente o cuando es necesario profundizar en ella. Regularmente el entrevistador no expresa opiniones, sin embargo siempre debe mantener interés y respeto en el diálogo con el entrevistado (Della Porta, 2014).

La entrevista en profundidad es particularmente útil para abordar teorías como la fenomenología y el interaccionismo simbólico, las cuales tienen un interés por analizar las interpretaciones que los entrevistados le dan a un fenómeno, o sea que este tipo de entrevista permite conocer el significado que los actores le atribuyen al mundo externo y a su propia participación en él (Della Porta, 2014), es por ello que se manifiestan motivos, valores, actitudes, experiencias, identidades y emociones de los entrevistados (Blee, 2013; Sierra, 1988); en este sentido otro de sus propósitos es darle voz a los individuos (Della Porta, 2014), lo cual es una cuestión muy importante para considerar sobre los agricultores y agricultoras de la Ciudad de México, que como hemos visto con anterioridad son un sector vulnerable e invisibilizado por la dinámica que se maneja en las grandes empresas de agricultura y en general en el sistema alimentario convencional.

Para poder realizar una entrevista de este tipo, se debe comenzar estructurando una guía de preguntas. Este paso no se relega a las etapas iniciales de la

investigación puesto que para llevarlo a cabo se requiere una revisión de los estudios relevantes sobre el tema, además del conocimiento de campo (Della Porta, 2014). Lo primero es ubicar los temas relevantes hacia los cuales el investigador desea orientar la conversación y ordenarlos de acuerdo con su importancia, después los temas tienen que ser transformados en preguntas. En segunda instancia, se tiene que preparar el orden de las preguntas, al principio no se recomienda hacer interrogaciones directas o de confrontación, es mejor que sean abiertas y de carácter informativo para romper el hielo con el entrevistado. Por último, también se debe tomar en cuenta la duración de la entrevista para que la conversación fluya y el entrevistado se mantenga cómodo (Della Porta, 2014).

Otro aspecto importante en la entrevista es la selección de casos, se debe considerar cuántos serán, cómo encontrarlos, dónde encontrarlos, la disponibilidad de los entrevistados y su relevancia teórica. Sin embargo, antes de contactar a los sujetos se recomienda realizar entrevistas piloto, las cuales sirven para darse cuenta si las preguntas son claras, y si están ordenadas correctamente (Della Porta, 2014). Una vez que los entrevistados han sido formalmente contactados para llevar a cabo las entrevistas es importante estar preparado para grabar. Así que, será necesario constatar que la grabadora tenga pila suficiente y funcione correctamente, también en el momento de la entrevista hay que posicionar el micrófono en la mejor ubicación posible, porque más adelante se realizará la transcripción parcial o total de la conversación para su análisis (Della Porta, 2014).

Todos los elementos antes mencionados son relevantes, no obstante hay que recordar que la base para conseguir una buena entrevista es el *rapport*, o sea la confianza y buena relación que se crea con los entrevistados para que se “abran” y manifiesten sus sentimientos, perspectivas y opiniones (Bodgan y Taylor, 1987). Es una parte tan fundamental que incluso Bodgan y Taylor mencionan que “establecer *rapport* con los informantes es la meta de todo investigador de campo” (1987, p. 55).

Para lograr esta confianza, hay ciertas acciones que como investigadores podemos realizar, por ejemplo, es importante comenzar la entrevista con una explicación

clara de la misma a partir del tema o los temas que se abordarán, también se debe garantizar al entrevistado su anonimato. En cuanto a las preguntas se recomienda realizarlas como si se tratara de una plática entre iguales y no como si fuera un cuestionario sin interés. Además no debemos anticipar respuestas o interrumpir el flujo de la narración, al mismo tiempo que procuramos escuchar con atención todo lo que diga el entrevistado, esto también ayudará para conseguir más información, generar nuevas preguntas y pedir el significado de algunos términos (Della Porta, 2014).

Para Francisco Sierra (1988) es deber del investigador “categorizar constantemente, revisar y evaluar lo que dice el que responde, buscar la relación entre las respuestas que se dan al principio y al final de la entrevista, y formular las preguntas subsiguientes de acuerdo con ellas” (p.291). Además el autor menciona que la empatía siempre debe atravesar las acciones del investigador para adquirir la capacidad de comprender el desarrollo de la conversación desde la perspectiva del otro. Si esto no pasa, normalmente se crean distancias entre el entrevistador y el entrevistado.

Otras barreras que pueden surgir en la entrevista de parte de ambos actores (entrevistado y entrevistador) son: las diferencias semánticas que dificultan la comprensión de palabras y significados; las expectativas, agendas ocultas o resistencias; y por último las barreras físicas que tienen que ver con la incomodidad del mobiliario o la excesiva distancia entre los interlocutores. Cualquiera de estas barreras puede ser contrarrestada si se toma en cuenta el contexto sociocultural del otro, se evita ofrecer estímulos monetarios a cambio de la entrevista y se procura utilizar espacios acogedores y familiares en los que se lleve a cabo la conversación (Sierra,1998).

Después de que la entrevista ha sido realizada, se pasa a la parte de la transcripción, la cual conforma una primera fase de análisis, algunos investigadores optan por hacerla completa y otros son más selectivos. En este proceso es necesario explicar las inconsistencias durante la entrevista, de esta forma se consigue una interpretación verosímil (Della Porta, 2014). Posterior a la

transcripción de las entrevistas se crea el informe final en donde el investigador debe construir una reinterpretación narrativa del sujeto entrevistado (Sierra, 1988).

Cuando el investigador procede con el análisis, es importante que siempre tenga presente la hipótesis, pero también debe ser flexible para asumir nuevas ideas. Asimismo, “en la investigación cualitativa, la interpretación es una tarea central que se lleva a cabo durante todo el proceso de investigación y no se relega a ninguna fase” (Della Porta, 2014, p. 249).

A continuación describiré el uso que se le dio a la técnica de entrevista en profundidad para esta investigación.

El primer paso fue crear una guía, la cual se ordenó en 5 bloques de temas: significado de las RAA para los productores agrícolas, relación prácticas y valores I y II, relación con otros productores, y perspectivas futuras. Cada bloque tenía un máximo de ocho preguntas y en total surgieron 27 preguntas para la entrevista. Hay que mencionar que al momento de cada entrevista siempre se tuvo presente que la guía es flexible, las preguntas deben adaptarse a los entrevistados y cuando sea necesario es conveniente profundizar en las respuestas.

Con el fin de seleccionar los casos, principalmente se tomó en cuenta la disponibilidad de los productores y productoras, puesto que las entrevistas se llevaron a cabo entre julio y agosto del 2020 cuando la pandemia de COVID-19 se convirtió en una condicionante. Sin embargo, también se buscó trabajar con población de diferentes edades, géneros y zonas de la Ciudad de México para ampliar la diversidad de respuestas. Las encuestas que se habían realizado con anterioridad funcionaron para realizar un registro de contactos compuesto por números de celular, correos electrónicos y en menor proporción redes sociales como Facebook.

Una segunda cuestión que la pandemia condicionó fue el lugar. Dadas las circunstancias las entrevistas tuvieron que realizarse por medio de la aplicación Zoom y en ciertos casos por llamada telefónica, ya que algunos productores no contaban con la aplicación o la señal del internet era deficiente. Aunque la situación impidió hacer las entrevistas de forma física, y el *rapport* que había construido en

visitas pasadas al mercado ya no tenía la misma vigencia por el tiempo transcurrido, la mayoría de los agricultores tuvieron gran accesibilidad y disponibilidad para concertar la entrevista, a excepción de ciertos proyectos que no me recordaban. En estos casos la solución fue crear de nuevo esa confianza con la empatía. Me presenté y procuré resolver todas las dudas que tenían sobre mí y sobre la investigación.

Al principio de cada entrevista fue importante comentarle al entrevistado/a sobre los temas que se abordarían y sobre el propósito general de la misma. Algunas preguntas genéricas que se utilizaron para romper el hielo fueron: ¿cuál es su rol principal en el proyecto? y ¿cuánto tiempo lleva trabajando en el mercado... (el 100, de Tlalpan o la Cooperativa)? Esta forma de iniciar es aconsejada por Della Porta (2014): “se puede utilizar una pregunta genérica, orientada a romper el hielo, pero es importante concentrar la atención en el tema central de la investigación lo antes posible” (p. 237). En total se realizaron 7 entrevistas a productores y productoras, tres provenientes del Mercado el 100, dos del Mercado Alternativo de Tlalpan y dos de la Cooperativa Despensa Solidaria. Como último comentario rescato que todas las entrevistas se transcribieron con sus respectivos comentarios adicionales, esto con la intención de recrear los escenarios particulares de cada una.

En la siguiente tabla (Tabla 3) se presentan las características de los entrevistados. Para garantizar el anonimato se ha asignado un código a cada uno. El mismo código será utilizado en el análisis.

Tabla 3

Características de los entrevistados

Código Entrevistado	Fecha de la entrevista	Sexo/ Edad	Tipo de proyecto	Zona de producción	Rol principal en la RAA	Lugar de venta
E01	08/07/2020	F/27	Proyecto familiar	Xochimilco	Producción y venta	Mercado el 100
E02	10/07/2020	M/55	Proyecto familiar	Xochimilco	Producción y venta	Mercado el 100

E03	14/07/2020	M/43	Proyecto familiar	La Magdalena Contreras	Producción y venta	Mercado el 100
E04	24/07/2020	F/33	Red de productores	Xochimilco	Producción, gestión y ventas	Cooperativa Despensa Solidaria
E05	27/07/2020	M/30	Cooperativa de productores	Milpa Alta	Producción y venta	Mercado Alternativo de Tlalpan
E06	05/08/2020	F/53	Proyecto familiar	Iztapalapa	Producción y venta	Mercado Alternativo de Tlalpan
E07	18/08/2020	F/31	Cooperativa de productores	Cuajimalpa	Producción y venta	Cooperativa Despensa Solidaria

3.6 Presentación de los casos de estudio

Para este apartado se recopiló la información obtenida de los diarios de campo, a partir de ella presentaré los tres mercados que se analizarán posteriormente.

Cooperativa Despensa Solidaria

Este mercado se pone en la colonia Axotla afuera de la iglesia de San Sebastián Axotla. Lo conocí por un profesor de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales que tenía interacción con una de las organizadoras del mercado. Es un espacio muy cercano a la comunidad por estar afuera de la iglesia; cuando termina la misa varias personas mayores se convierten en consumidoras de la red. En este tianguis hay pan, kombucha, café, productos para el aseo personal, derivados del nopal, mermeladas, capsulas herbales, además de hortalizas y frutas.

Los productores que se categorizan como transformadores me comentaron que tienen contacto directo con los agricultores de los cuales obtienen la materia prima. En este proyecto también se observó una gran accesibilidad para dialogar con los

agricultores, siendo que contestaron todas mis preguntas relacionadas con el origen de sus productos.

Fue en el primer mercado en el que me involucré en un taller gratuito para elaborar figuras de maíz, el cual fue realizado por los mismos productores del mercado. El día que asistí fueron principalmente niños y niñas los que tomaron el taller. También en otra ocasión pude presenciar una obra de teatro en la que hubo poca afluencia, sin embargo, se notaba que los productores disfrutaban la función, esto porque había poca gente comprando en el mercado.

Mercado Alternativo de Tlalpan

El siguiente mercado se pone dos días a la semana en dos sedes diferentes, los sábados está localizado en la Casa de Cultura de la Universidad Autónoma del Estado de México en la colonia de Tlalpan y los domingos en el Bosque de Tlalpan, colonia Parques del Pedregal. Lo conocí investigando en internet mercados orgánicos de la Ciudad de México. Este es uno de los que tiene mayor antigüedad, y se nota su posicionamiento en la comunidad porque los productores tienen gran interacción con los consumidores, hay familiaridad en las conversaciones, incluso se podían ver relaciones de amistad, tanto productor y consumidor se preguntaban por la salud de sus familias y se contaban situaciones íntimas.

En cuestión de afluencia, pude observar más gente entrando y saliendo que en primer mercado, también noté diversos tipos de clientes, rangos de edades y al parecer clases sociales, las cuales determiné por la ropa, accesorios y forma de hablar de las personas (sin embargo, esta percepción puede ser más subjetiva).

Otro aspecto de este mercado es que contaba con más productores que el primero al que fui, en especial me percaté que había más agricultores, los cuales también fueron muy accesibles para contestar preguntas sobre sus productos al igual que en los otros mercados.

Este mercado los talleres usualmente se llevan a cabo cada semana, pero no tuve la oportunidad de participar en alguno.

Mercado El 100

El último mercado se ubica en la colonia Roma Sur, tiene casi 10 años de antigüedad y es considerado el primer mercado alternativo en la Ciudad de México. Este puede ser un factor que contribuye a que el mercado esté bien posicionado dentro de la comunidad, ya que también se observó una relación de compañerismo entre los productores, una fuerte relación de los productores con sus clientes frecuentes y una interacción agradable con los consumidores en general. Este mercado no fue la excepción en cuanto a la disponibilidad de los productores para contestar preguntas. Además, es uno de los mercados con mayor variedad de productos, cuentan con hortalizas, frutas, pollo, helado, chocolate, cosméticos, comida elaborada, pan, café, miel, búlgaros, productos lácteos, salsas, granos, mermeladas, condimentos, productos a base de moringa, bebidas fermentadas, queso, huevos, entre otros.

En cuanto al tipo de consumidores, sobresale la presencia de personas extranjeras, ya que se escucha hablar diferentes idiomas o español con distintos acentos. Debido a esta característica, como también a la zona y a los accesorios personales que portan los consumidores, se podría decir que personas con un mayor nivel socioeconómico compran en este mercado, en comparación con los anteriores.

La hora en que particularmente se puede observar más movimiento es a las 11 de la mañana, hay mucha gente y usualmente es cuando comienzan los talleres.

CAPÍTULO 4. EL ANÁLISIS DE LOS DATOS

El objetivo general de esta investigación es explorar el fenómeno social de las RAA en la Ciudad de México. En específico, me propongo comprender los significados que los productores agrícolas le asignan a su participación en estas experiencias dejando de lado el enfoque economicista que comúnmente se ha utilizado para analizar el tema. De esta forma, la investigación también busca darle voz a los agricultores urbanos, quienes han sido un sector invisibilizado. En el caso particular

de las RAA, no ha sido estudiada su percepción, a diferencia de las investigaciones sobre los consumidores de los mercados alternativos, que son las que más han proliferado. Dentro de este estudio, el capítulo cuarto, correspondiente al análisis de los datos, estará dividido en dos. En la primera parte se encuentra el análisis de resultados obtenidos en las encuestas, las cuales fueron aplicadas en los tres mercados seleccionados; estos datos serán explicados por medio de la narración y también ilustrados con algunas gráficas para poder presentar un mapeo cualitativo –aunque no totalmente representativo– de los productores y productoras agrícolas que participan en las RAA de la Ciudad de México.

La segunda parte está compuesta por un análisis profundo de las entrevistas realizadas a un total de siete agricultores urbanos que cultivan dentro de la Ciudad de México. En este apartado se busca conocer cómo es que estos hombres y mujeres interpretan su experiencia en los mercados alternativos para poder identificar los valores relacionados con sus prácticas agrícolas, que en este caso no se vinculan con el sistema convencional de alimentación; para ello se utilizará la política prefigurativa como enfoque analítico.

4.1 Perfil de los productores agroecológicos de las RAA en la Ciudad de México

Debido a que existe poca información sobre las RAA en la Ciudad de México, fue importante crear una encuesta exploratoria que permitiera conocer las características principales de los productores y productoras agrícolas que participan en los tianguis alternativos¹⁸. Como ya se mencionó, esta encuesta fue aplicada en los siguientes mercados: Cooperativa Despensa Solidaria, Mercado Alternativo de Tlalpan (MAT) y Mercado el 100. En total fueron encuestados 18 productores agrícolas.

¹⁸ En el Anexo 1 se pueden observar las preguntas utilizadas para la realización de esta encuesta.

Uno de los objetivos de la encuesta fue comprender los lugares de producción de los agricultores y agricultoras. Se puede observar que la mayoría de los lugares de producción se encuentran en la Ciudad de México (Figura 1), pues más del 50% de los productores que cultivan en esta demarcación, específicamente en alcaldías periféricas que conservan tradiciones agrícolas y grandes terrenos que funcionan para el cultivo (Figura 2). El segundo lugar del que provienen más productores es el Estado de México; en tercer lugar están otros estados como Tlaxcala y Guerrero. En cuanto a las redes alimentarias alternativas, la de mayor diversidad en productores agrícolas, de acuerdo con la zona de producción, es el Mercado el 100 (Figura 2), mientras que el MAT es la red que tiene mayor cantidad de productores provenientes de la Ciudad de México (Figura 1). Esto nos indica que las RAA analizadas siguen el principio de kilómetro cero, es decir que tienen un impacto ambiental y social bajo en la distribución de alimentos, debido a que sus productos viajan menos de 100 km hasta llegar a los consumidores, lo que también significa que promueven el desarrollo local.

Figura 1

Zonas en las que cultivan los agricultores de los mercados alternativos

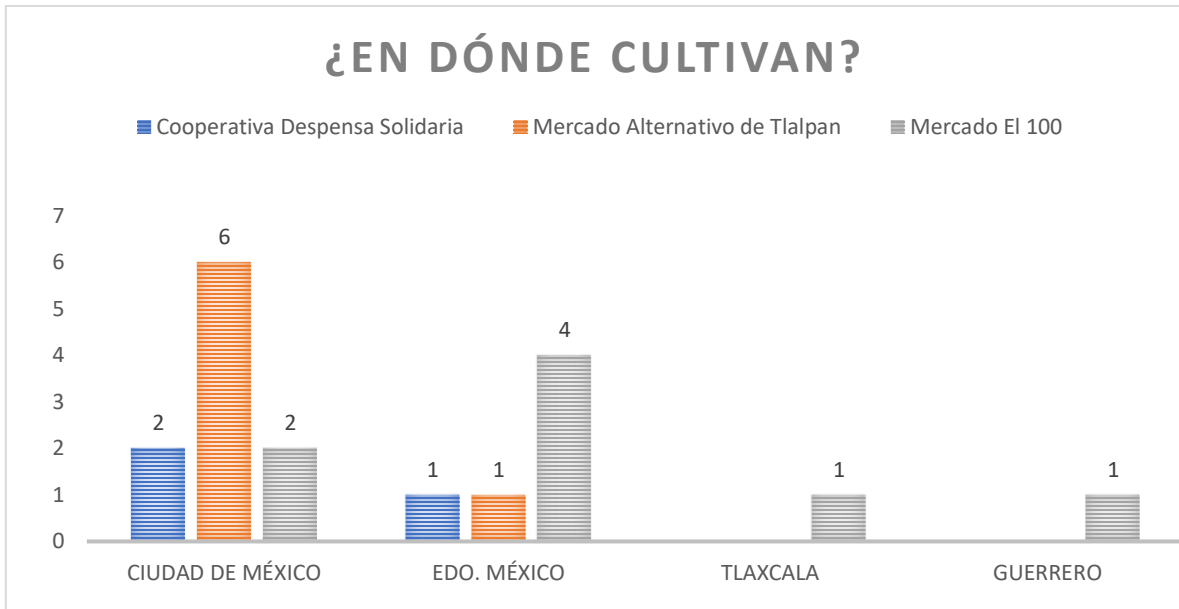
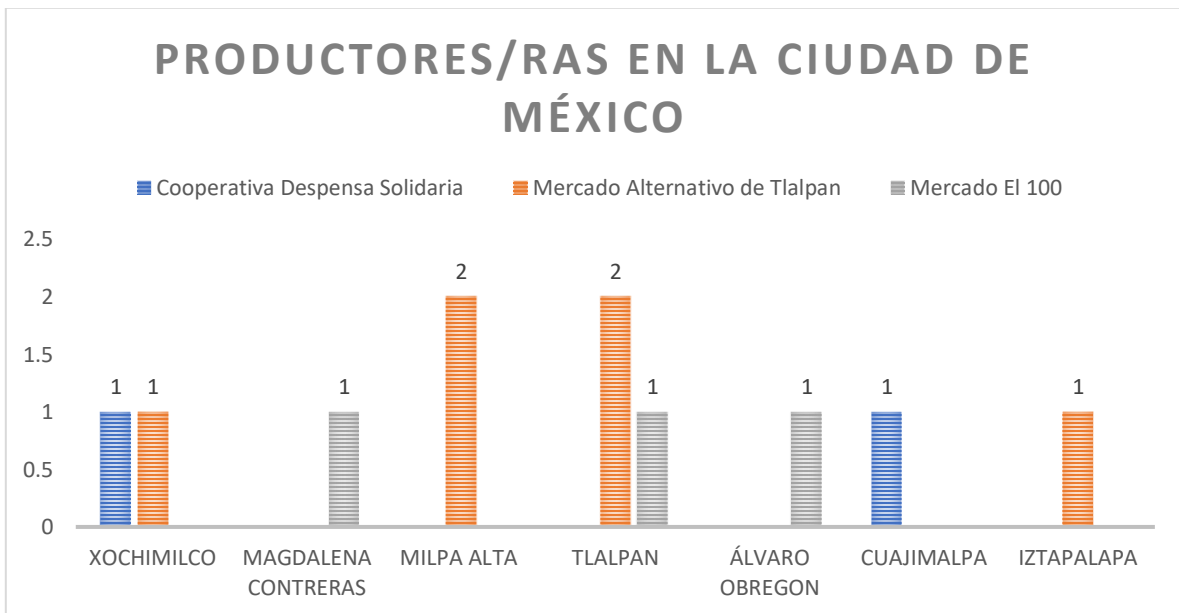


Figura 2

Zonas de la Ciudad de México en las que cultivan los agricultores de los mercados alternativos



Otro objetivo fue comprender cuántos de los trabajadores encuestados se dedicaban a la producción, a la venta o si realizaban ambas actividades. La mitad de los encuestados mencionó dedicarse únicamente a la venta, y la otra mitad a la

venta y a la producción (Figura 3). Lo anterior implica que la mayoría de los proyectos trabaja sin intermediarios. En el caso de los proyectos en los que el vendedor o vendedora es una persona diferente al productor o productora, es importante señalar que estos intermediarios están directamente relacionados con el proyecto en el que trabajan, conocen los procesos de producción y comparten los mismos valores que los otros integrantes¹⁹, ya que forman parte de la misma familia²⁰.

El siguiente resultado interesante surgió en el análisis de los rangos de edad de las personas que laboran en los proyectos agrícolas. En el MAT, el rango de edad es de 16 a 64 años, en el Mercado el 100 es de 18 a 52 años y en la Cooperativa Despensa Solidaria el rango es de 27 a 34 años. Por lo tanto, la edad de los trabajadores que se dedican a proyectos agrícolas es muy variada, desde personas muy jóvenes hasta adultos mayores; esto también se relaciona con que los proyectos tienen una base familiar. Sin embargo, al dividir los rangos de edades de diez en diez, es el rango de 26 a 35 años el que predomina en dos de los mercados, mientras que en el Mercado el 100 predomina el rango de 36 a 45 años (Figura 4). Esto demuestra que la generación de adultos jóvenes (entre 26 a 35 años) es una de las más involucradas en proyectos agroecológicos y en mercados alternativos, a pesar de la tendencia que existe a nivel internacional de abandono al campo por parte de los jóvenes. En futuras investigaciones debería considerarse realizar un sondeo para saber cuánto influyen en este tipo de elección elementos como la producción agroecológica, los valores biosféricos, los vínculos familiares, entre otros.

Además, dada la heterogeneidad de edades presentes, se puede observar que estos proyectos son abiertos e inclusivos con personas de cualquier edad, lo que permite la creación de vínculos dentro de los proyectos. Esta última característica también se manifiesta en la forma de trabajo colectivo y el tipo de comunidad que

¹⁹ Este tema surge también en las entrevistas a profundidad y puede leerse más al respecto en el subcapítulo “Los desafíos de producir orgánico”.

²⁰ Aspecto que también revelaron las encuestas y se tratará más adelante.

ellos mismos promueven en los mercados alternativos (de la cual se hablará en el siguiente apartado).

Figura 3

Funciones que realizan las personas encuestadas

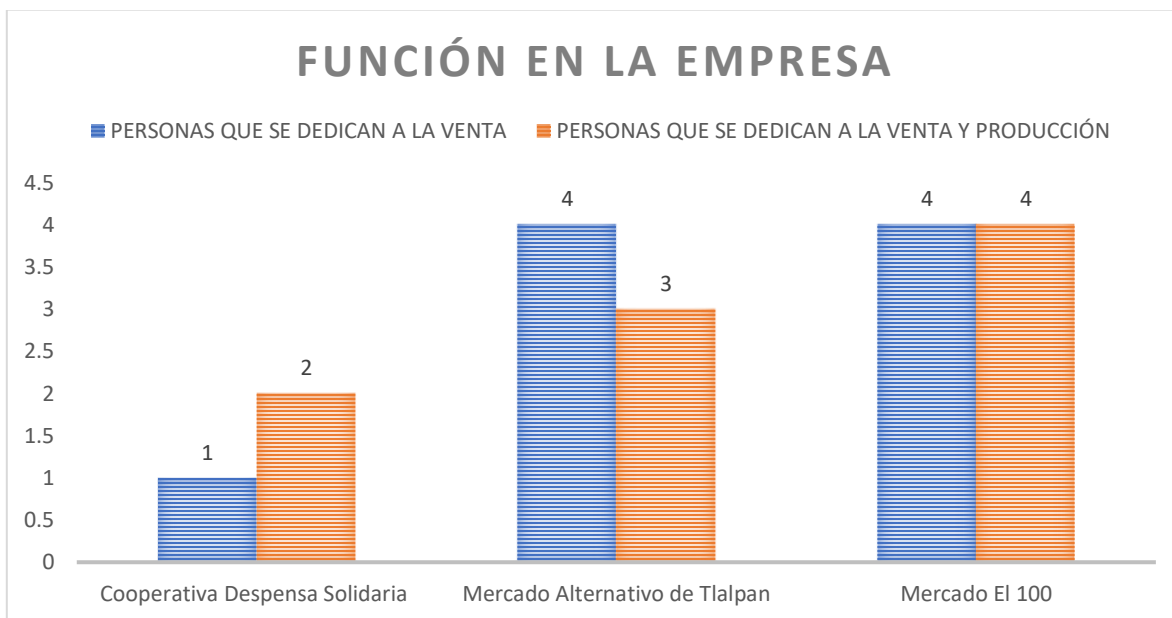
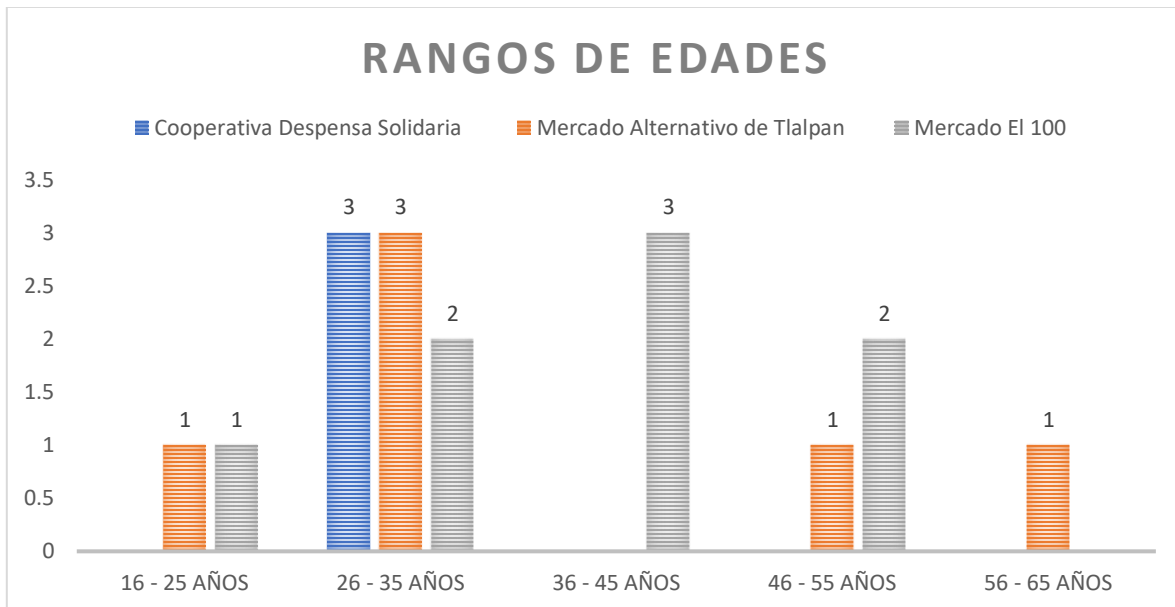


Figura 4

Rangos de edades de las personas que participan en proyectos agroecológicos



Un objetivo más de la encuesta fue comprender quiénes son los integrantes de estos proyectos y cuáles son las funciones que desempeña cada uno de los actores involucrados. La primera parte de los resultados mostró que la mayoría de los proyectos son a pequeña escala y de ámbito familiar. De acuerdo con lo que mencionaron los encuestados dentro de las familias laboran padres, madres, tíos, tías, hermanas, hermanos, hijos e hijas, esposos y esposas, cuñados, sobrinos, primas y primos.

En la segunda parte de los resultados, se encontró que existen proyectos en los que la actividad de la producción es exclusiva de los hombres, mientras que las actividades de venta, transformación de los productos, vinculación y logística, son propias de las mujeres. Esto se puede relacionar a los estereotipos de género, los cuales consideran que los hombres son más fuertes, por lo que son aptos para las actividades que involucran mayor trabajo físico, mientras que las mujeres son mejores para las actividades que implican relaciones sociales y trabajo en la cocina. Sin embargo, también hay varios proyectos en los que no se presenta distinción de actividades por género, literalmente los encuestados mencionaron que todos van trabajando en lo que se vaya necesitando.

La actividad agrícola en muchos casos surge por medio de conocimientos heredados. En este sentido hay ciertas costumbres que pasan a las nuevas generaciones, entre ellas, la de los estereotipos de género. No obstante, es relevante decir que, a pesar de este factor que algunas familias han conservado, en general ha ocurrido una reivindicación del trabajo agrícola y se han llevado a cabo muchos cambios en la forma de producción actual de estos agricultores comparada con la que tenían sus ancestros.

Los datos obtenidos también muestran que para los proyectos agrícolas, la labor que requiere más ayuda externa es la producción, ya que conlleva un gran desgaste físico; después se encuentran las ventas, la transformación de los productos y la vinculación con otros productores, lo cual significa que estas actividades son cubiertas en menor tiempo y, por lo tanto, sin la necesidad de tanto personal. Al conocer todas las actividades que los encuestados destacaron realizar en estos proyectos, se percibe que la producción agrícola es una labor compleja, en especial la de pequeña escala, en la que es importante el trabajo en equipo y la participación de varios integrantes de la familia o incluso colaboradores externos.

Un aspecto más que se averiguó fue en qué tipo de espacio cultivan los productores y si este espacio es alquilado o propio. Se observó que en general, sobresale el cultivo en el campo o parcela, aunque, también es muy común que los productores cultiven en más de un espacio, por ejemplo, invernadero, campo y huerto o invernadero y huerto, entre otras combinaciones. La chinampa es el espacio en el que menos producen los agricultores de los mercados estudiados, esto puede ser una alerta que reafirma la pérdida de las zonas chinamperas y la tradición propia del Valle de México (Figura 5).

En cuanto a conocer si el espacio es alquilado o propio, fue superior la cantidad de proyectos que trabajan en espacios propios y fueron pocos los de espacios alquilados, sin embargo, también hay que considerar que un productor mencionó trabajar en ambos espacios, tanto propio como alquilado (Figura 6). Esto señala que la mayoría de los productores agroecológicos que participan en mercados alternativos cuenta con espacios de producción propios, los cuales les permiten

amortiguar los gastos de esta labor, mientras que la parte de productores sin espacios propios demuestra que existen ciertas dificultades en cuanto a la adquisición o mantenimiento de lugares aptos para el cultivo.

De los datos también emerge que en los espacios de cultivo se cosecha una gran variedad de alimentos, acción dirigida a priorizar el cultivo de especies nativas y de temporada, así como también relacionada con la práctica de policultivo que permite el cuidado de la tierra, al contrario de la agricultura convencional la cual prefiere la producción a gran escala de monocultivos.

Figura 5

Espacios de cultivo en el que trabajan los agricultores

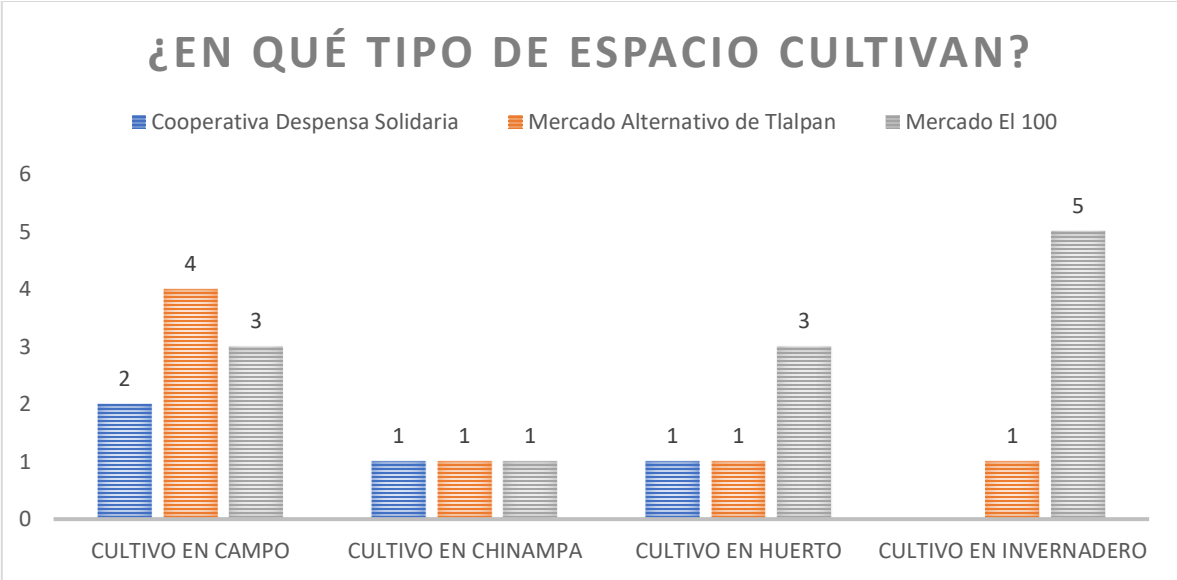
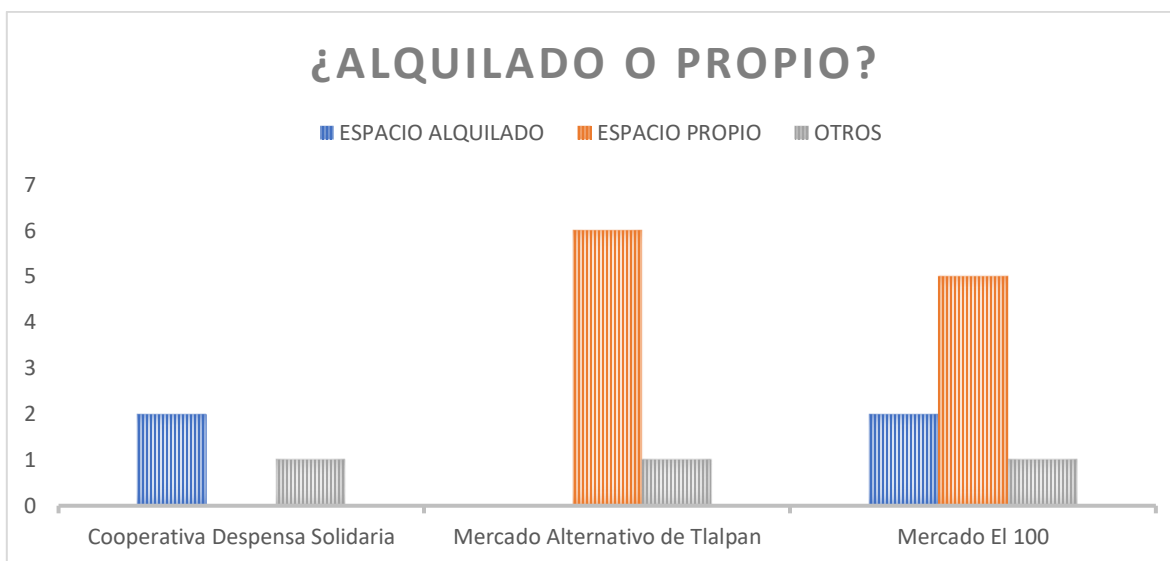


Figura 6



Otra cuestión relevante fue conocer cómo los productores se acercaron a la actividad agrícola (Figura 7). En la mayoría de los mercados resalta la tradición familiar como forma de acercamiento, es decir, que la agricultura se transmite de generación en generación. Aunque también algunos productores se involucraron en esta actividad por distintos motivos, en los que se incluyen: la cercanía que tenía la actividad con su carrera profesional, el interés hacia la conservación de una identidad cultural, para llevar a cabo una acción de emprendimiento y por un cuestionamiento sobre la procedencia de los alimentos.

En cuanto a la tradición familiar, es comprensible que sea lo que más ha influido en la construcción de proyectos agrícolas, ya que es difícil involucrarse en la agricultura sin tener experiencia previa, además, es una costumbre que los conocimientos que se adquieren de esta actividad se transmitan de una generación a otra. No obstante, debido a que las demás respuestas fueron mencionadas por

²¹ En la gráfica se ocupó la opción de "otros" porque en cada mercado hubo casos excepcionales. A continuación los explico pero no profundizaré al respecto: un proyecto no quiso dar mucha información porque no estaba la encargada, otro de las iniciativas trabaja con varios agricultores que tienen huerto comunal y en el tercer caso se trata de un proyecto en la Universidad de Chapingo al que le prestan el espacio de cultivo por semestre.

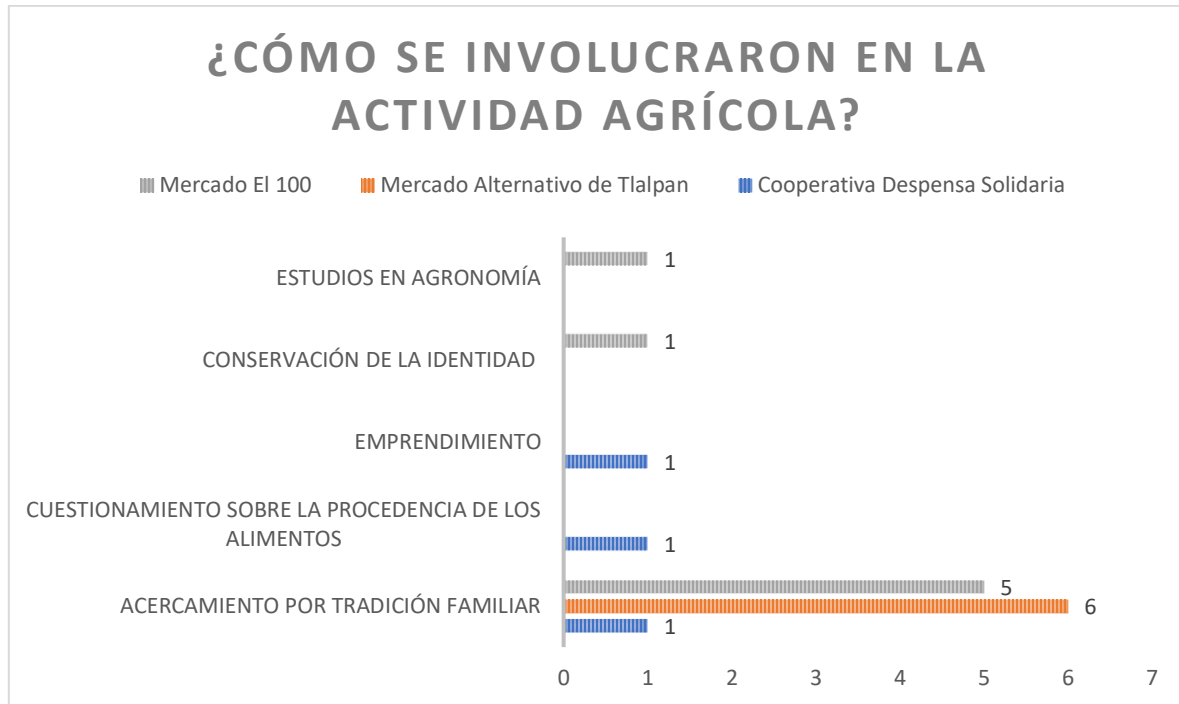
adultos jóvenes, es interesante conocerlas, ya que son las perspectivas emergentes sobre el propósito de la práctica agrícola.

En estas respuestas se manifestaron preocupaciones por la producción agrícola actual, en la que predomina un sentido industrial y capitalista con muchos factores negativos para los seres humanos y el medio ambiente. Otra preocupación se relaciona con la pérdida de la propia identidad cultural, la cual se percibe amenazada por el modelo de globalización implementado por el sistema de producción y consumo neoliberal. Como se mostró en uno de los capítulos anteriores, ambas opiniones han sido constantes críticas expresadas por el Movimiento Alterglobalización, del cual surgieron un gran número de redes alimentarias alternativas alrededor del mundo.

En el proceso de involucramiento de la actividad agrícola destaca también la necesidad de conocer y compartir el origen de los alimentos, ya que actualmente es difícil rastrear de dónde provienen y cómo son cultivados. Por último, en cuanto a la respuesta sobre su acercamiento como una forma de emprender, los productores visualizaron en la agricultura un trabajo que puede proveer de oportunidades, no solo a una persona o una familia, sino a muchas familias de agricultores; esto es importante comentarlo porque el proyecto que mencionó esta motivación buscó la construcción de una red de productores, y fue así como se involucraron en la actividad agroecológica.

Figura 7

Motivos que llevaron a los agricultores a involucrarse en la producción agroecológica



Al querer conocer desde hace cuánto tiempo los entrevistados se dedican a la actividad agrícola, de los resultados obtenidos se pudo observar que algunos la han desarrollado durante toda su vida, mientras que en otros casos, –aunque también se trataba de una tradición familiar– ésta había sido abandonada por algunos años y posteriormente retomada. Este abandono se debió a que la industrialización y la precarización relegaron la actividad agrícola por otras profesiones, y muchas familias no querían que sus hijos continuaran con la tradición. A pesar de ello, este regreso demuestra el resurgimiento del trabajo agrícola desde un enfoque alternativo, es decir con una visión distinta, en la que no intervienen únicamente las prácticas agroecológicas, sino también la perspectiva de los mismos productores sobre la actividad agrícola como un trabajo valioso y digno.

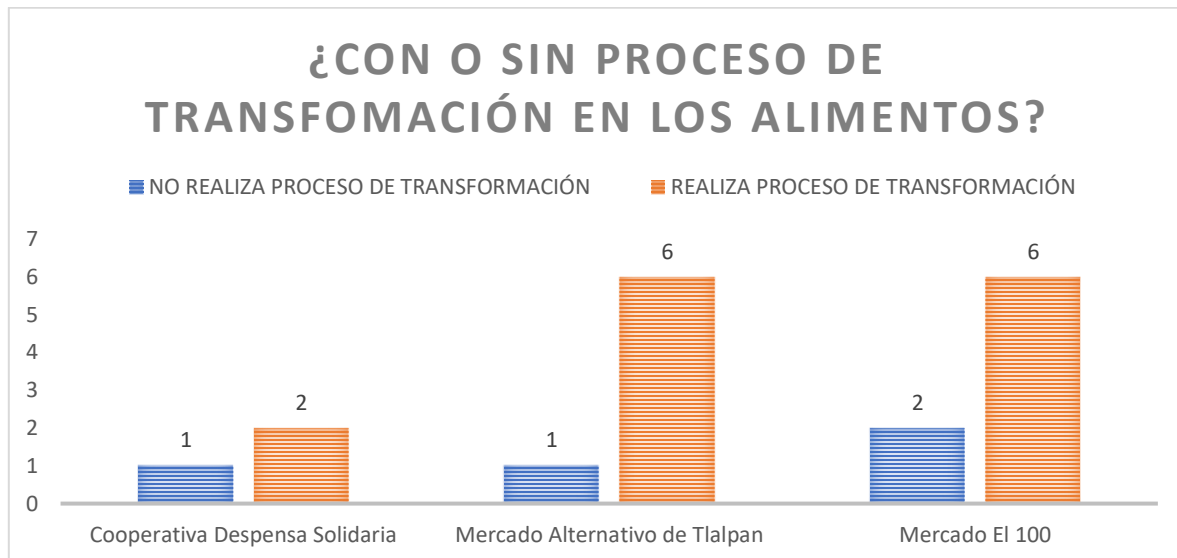
También se preguntó a los diferentes proyectos sobre el tiempo que llevan participando en las RAA. Se observó que en el Mercado el 100, debido a su antigüedad, es donde los productores han acumulado una mayor cantidad de años

trabajando, incluso varios proyectos continúan desde la fundación del mercado hace una década hasta la actualidad, otros varían entre los cinco y los ocho años. En segundo lugar está el MAT, en el que también continúa un proyecto fundador con siete años de antigüedad, y otros que tienen entre cinco y tres años. Asimismo, se distinguieron algunos proyectos que en el momento de la entrevista llevaban tan solo unos cuantos fines de semana formando parte de los productores del mercado. En tercer lugar, debido a que es un proyecto más reciente, se encuentran los productores de la Cooperativa Despensa Solidaria, quienes mencionaron una antigüedad de dos a tres años como máximo. Esto señala que los proyectos de redes alimentarias alternativas en la Ciudad de México son relativamente recientes y han ido proliferando al paso de los años, además, no paran de sumarse nuevos productores, así que estas comunidades están en constante crecimiento.

Por último, se preguntó a los productores si realizaban algún proceso de transformación en sus productos (Figura 8). En general, se notó que los proyectos agrícolas sí realizan procesos de transformación que se ubican dentro de una gama variada. Los que trabajaban con el maíz realizaban tortillas y tlacoyos, otros transforman su producción en granola, productos a base de amaranto, fruta deshidratada, mermeladas, ensaladas, pan, entre otros alimentos. Esto lleva a considerar que para los productores resulta importante tener diversidad de producción, pues de esta forma pueden tener más oferta de productos y, al mismo tiempo continúan construyendo una cultura de soberanía alimentaria.

Figura 8

Datos sobre la cantidad de agricultores que realizan procesos de transformación



En resumen, los datos de la encuesta mostraron que los productores agroecológicos que participan en una RAA cultivan en la zona periurbana de la ciudad, específicamente el 55% de los encuestados. Como otro punto relevante, se encontró que en los mercados alternativos participan personas de todas las edades, especialmente adultos jóvenes, ya que la edad media de la población encuestada se encuentra alrededor de los 35 años. También en estas redes se pueden hallar productos agrícolas que provienen de una gran variedad de espacios de cultivo, aunque predomina el campo con el 39%.

Con respecto a la propiedad del espacio de producción, el 33% de los productores alquilan el espacio para su producción; esto conlleva complicaciones económicas adicionales para ellos, mientras que la mayoría (67%) tiene espacios propios. Se encontraron muchas circunstancias que influyeron en la decisión de estas personas para convertirse en productores agrícolas, la más relevante fue la tradición familiar con el 75%. Asimismo, el 82% de los encuestados realiza por lo menos un proceso

de transformación en sus productos, garantizando de esta manera una variedad de oferta para los usuarios.

Finalmente, hay que rescatar que existe un vínculo entre los tianguis alternativos y los productores agroecológicos que se expone a través de los principios que comparten, como el desarrollo de circuitos cortos de comercialización al reducir las distancias de transportación y los intermediarios, la promoción del consumo local, la creación de comunidad y la soberanía alimentaria.

A pesar de que estos datos son indicativos, considerando el número de mercados alternativos seleccionados, los resultados de las encuestas permiten comprender el perfil de los productores agrícolas que componen estos mercados. En el apartado siguiente se analizarán las entrevistas en profundidad realizadas a los agricultores y agricultoras de los tianguis, las cuales serán útiles para comprender el significado que le otorgan los agricultores urbanos a su participación en las RAA o mercados alternativos de la Ciudad de México.

4.2 La experiencia de los agricultores y las agricultoras en las RAA

El análisis de las entrevistas se dividió en tres partes para esta etapa. En primer lugar, se revisará de qué manera las RAA resultan importantes para los agricultores, es decir, cuál es el significado que le dan a su participación en estas experiencias. En segundo lugar, se examinará qué representa la práctica agroecológica para los productores entrevistados. En estos apartados también se intentará comprender qué tipo de valores y emociones se vinculan con sus prácticas, para posteriormente hablar de la prefiguración política que estos actores están creando a partir de las RAA. En tercer lugar, se distinguirá qué tipo de expectativas hacia el futuro tienen los productores agrícolas en cuanto a las RAA y también referentes a la producción agroecológica. Cada bloque se estructuró alrededor de los distintos significados que se le dieron a las entrevistas, y desde la interrelación que se encontró en las mismas.

4.2.1 ¿Qué significan las RAA para los agricultores urbanos?

Las RAA como comunidad

A lo largo de las entrevistas, los agricultores mencionaron una serie de prácticas que realizan dentro de los mercados, las cuales llevan a entender las Redes Alimentarias Alternativas como espacios en donde se crean relaciones que van más allá de la simple compra-venta de mercancías. Esto conduce a un sentimiento de comunidad que experimentan los agricultores. A continuación explicaré cómo lo perciben en sus vidas.

Una de las primeras prácticas que se distingue en estas comunidades es que los productores están dispuestos a compartir experiencias y aprendizajes con sus compañeros, esto refiere que aprenden unos de otros y además se apoyan entre ellos, lo cual demuestra un interés por el conocimiento libre, sin jerarquías, así como un sentido de solidaridad de su parte. De tal manera lo mencionó la siguiente entrevistada de la Cooperativa Despensa Solidaria:

La relación que manejamos con los compañeros de Despensa Solidaria es diferente a las relaciones que se pudieran tener en otros espacios. Es una relación personal, no es nada más compra-venta, de cierta forma también tiene que ver con este apoyo mutuo que existe, tanto para ellos como para nosotros (E07).

En la misma línea de apoyo y aprendizaje, se puede decir que este tipo de comunidad también logra que los agricultores se sientan identificados unos con otros, a pesar de que provienen de distintas zonas de la ciudad. Este aspecto es muy importante porque las RAA se construyen a partir de espacios que promueven diálogos constructivos, basados en ciertos valores en común. Al respecto, un entrevistado del Mercado Alternativo de Tlalpan expresó:

Creo que para empezar hay comunidad entre la misma selección de los productores... creo que es bastante buena la relación, también es muy rico porque muchos productores se dedican a lo mismo que tú y podemos hablar

del campo, del temporal y encontramos un punto de reunión, aunque seamos de lugares distintos, Milpa Alta, Topilejo, Contreras (E05).

En el caso de los organizadores de los mercados se les reconoce que han sido un pilar fundamental para llevar a cabo el trabajo en equipo, que representa otra práctica comúnmente realizada por los agricultores de las RAA, fundamentada también en el respeto y la horizontalidad. De esta forma es como todos pueden participar y opinar con la misma validación. Esto sigue la línea de investigación de Goodman, Dupuis y Goodman (2011), ya que se trata de espacios con el propósito de construir aprendizajes colectivos y de llevar a cabo un trabajo y una convivencia sin jerarquías, así como lo destacó un entrevistado del Mercado el 100: “Es un mercado muy dinámico, muy innovador y muy incluyente, le consultan al público qué le parece y al productor sobre todo” (E03). Este proceso de aprendizaje involucra también un proceso de responsabilidad y compromiso, es decir, los mismos productores se proponen realizar tareas que, por un lado, pueden facilitar el trabajo de los organizadores y, por otro lado, les permite una mayor intervención en la organización del mercado. De la siguiente manera describió un entrevistado de Milpa Alta este ejercicio:

Ahora los coordinadores están jalando mucho a los productores para que también les ayuden a coordinar el mercado, entonces a veces nos dividimos por grupos para que tampoco a ellos se les cargue tanto trabajo y también para podernos involucrar en la coordinación del mercado, eso está padre porque lo hace más propio (E05).

El tipo de interacciones que surgen del trabajo colectivo rebasan la parte económica y crean un espacio de compañerismo, en el cual se puede aconsejar y ayudar a otros productores a partir de la solidaridad; por ello la competencia es entendida de una forma distinta a la que como se percibe en los comercios convencionales. Así fue como lo expresó la siguiente entrevistada de Xochimilco:

Sabemos que en algún momento ellos [los compañeros de Despensa Solidaria] van a buscar vínculos con otros productores y en realidad no nos genera ningún problema, al contrario, entre más compañeros productores

podamos apoyar y solidarizarnos está súper bien... con otros proyectos solidarios está la cuestión de que esto no es una competencia, sino que somos personas o proyectos que tenemos necesidades o carencias y cosas de más que podemos ir compartiendo entre nosotros (E04).

Falta agregar que es este tipo de trabajo el que les gusta a los agricultores, ya que se han percatado de que la actividad en colectivo les permite dejar de guiarse a partir de una conciencia individualista; con este aprendizaje tienen otra forma de ver el mundo y relacionarse con los demás, pero claro, como lo menciona la siguiente agricultora de Cuajimalpa, también se trata de un proceso complejo que conlleva dificultades:

Es un poco complicado trabajar en colectivo y con otras personas, creo que ahí va lo importante, que podemos llegar a acuerdos y tomar decisiones en colectivo pensando en las necesidades de todos porque de repente somos muy individualistas en nuestro cotidiano, sino tenemos tan cerca estas relaciones nos volvemos así, solamente busco para mi bolsa, para que yo tenga, para que yo gane, y realmente no es así cuando trabajas en colectivo, como que tienes noción del otro, y ese aprendizaje me ha servido mucho (E07).

Otro elemento que los entrevistados destacan del trabajo en equipo es que este tipo de esfuerzo facilita la creación de puentes entre sus diferentes formas de ver la realidad. Es decir, aunque sus ideas no siempre logren coincidir, el esfuerzo colectivo permite desarrollar una mayor capacidad de comprensión de las diferentes perspectivas, y de esta forma se pueden crear senderos comunes encaminados al mismo fin. La comprensión que se manifiesta consigue traspasar la situación mercantil e involucra también una dimensión política y social dentro de las RAA, así es como lo comentó la siguiente agricultora de Xochimilco:

Cuando te encuentras con mercados alternativos buena onda como Despensa Solidaria, un aprendizaje muy lindo es que sí es posible el trabajo colectivo, que sí hay gente que está en una línea política similar, lo cual no

es tan fácil de encontrar. Yo me siento afortunada de poder colaborar con los compañeros de despensa (E04).

Un aspecto más que contribuye a la creación de comunidad es la actividad del trueque que realizan los productores en los mercados alternativos. La motivación de esta práctica es el beneficio mutuo, a través del desarrollo de una economía solidaria, en la que el dinero tal y como lo pensamos en el mundo moderno, pierde valor. Sobre esta forma de comerciar dentro de los mercados, un entrevistado del Mercado el 100 mencionó:

Manejamos mucho el trueque entre los compañeros. En las tardes cuando ya se terminó la venta del mercado y ellos también tienen producto, pues dicen, te cambio un jitomate por un pan, te cambio esto por lo que sea. Entonces entre compañeros nos ayudamos (E02).

Entre otras circunstancias, el trueque ha ayudado a crear o fortalecer vínculos entre los productores, pues al pensar en el otro y ayudarlo se establecen lazos para una convivencia solidaria. En relación con esta práctica, una agricultora de la Cooperativa Despensa Solidaria contó su experiencia:

Generalmente nosotros a cualquier mercado o tianguis que vamos generamos vínculos desde el trueque... se trata de pensar en el otro, si a lo mejor no vendieron y no quieren hacer trueque, nosotros les decimos, porque a nosotros no nos conviene que se nos quede el pan porque ya no lo podemos sacar, ya es pan frío, entonces tratamos de hacer estas cuestiones de trueque pensando en que luego hay personas que no llevan dinero, no llevan comida o una cosa que nos interese pero podemos acercarles el pan como una forma de colaborar y ya el próximo tianguis nos lo pagan o vemos otra forma (E07).

Los productores no solo intercambian alimentos, sino que también tienen la oportunidad de intercambiar semillas, lo que ha generado el incremento de bancos de semillas. Eso contribuye a la creación de una soberanía alimentaria en colectivo. Sobre este asunto una agricultora comentó: “No somos el único banco de semillas,

pero al menos nuestro trabajo lo estamos haciendo para poder compartirlo en trueques e intercambios de semillas con otros productores” (E04).

Este poder que tienen de producir alimentos e insumos, intercambiarlos y satisfacer la necesidad básica de la alimentación por medio del trueque les da la libertad de decidir sobre su propia alimentación, la cual escogen de acuerdo con sus intereses, en lugar de depender de lo que un supermercado tiene. En este aspecto la construcción de mercados alternativos ha puesto su granito de arena porque promueve la reunión de los productores para este tipo de práctica.

En el caso de algunos proyectos, los productores han aprendido sobre la economía solidaria no solo a través de la experiencia, sino también por medio de espacios educativos que enseñan sobre el tema. Eso es interesante porque buscan la teoría y la práctica para implementar una economía solidaria, lo que demuestra un profundo interés en llevarla a cabo. De la siguiente forma contó su experiencia una productora de Xochimilco: “También nos metimos a diplomados de economía solidaria y así logramos empezar a construir o generar redes en donde también va incluido un trabajo comunitario” (E04).

Las interacciones sociales basadas en valores altruistas como el respeto, la solidaridad y la tolerancia se vuelven un factor predominante dentro de la comunidad para lograr un espacio en donde todos puedan encontrar bienestar y satisfacción emocional. Como señala el siguiente agricultor del Mercado el 100:

Primero que nada, se está demostrando que sí se puede hacer mejor vida, obviamente no nada más en lo económico, sino también vida social... la realidad es que se mantiene respeto, también un ambiente familiar, no nada más con los productores sino con clientes que nos han visitado desde hace diez años y ahí siguen, a veces no van cada ocho días pero regresan cada 15, cada mes, y ahí siguen. Entonces es un ambiente interior entre coordinadores, productores, clientes, toda persona que esté ahí. Nos saludamos, se siente ese respeto, es muy agradable estar ahí. Luego también hay solidaridad, nos ayudamos muchas veces unos a otros y así cada factor que se experimenta cada ocho días, wow, es motivante (E03).

En esta declaración también es interesante rescatar que la comunidad no solo se forma entre dos actores sociales (productores y organizadores), sino que los consumidores también son una parte significativa de las RAA.

En general, los agricultores consideran a las RAA como espacios sensibilizados a la producción agroecológica, ya que los consumidores también se involucran en esta comunidad. Esto se convierte en algo muy benéfico para las redes, considerando que trabajan con desventajas ante el modelo neoliberal por tratarse de proyectos pequeños y alternativos, sin embargo con el apoyo de los consumidores preocupados y concientizados (prosumidores), es como los espacios alternativos crean una diferencia significativa para pequeños grupos de personas. Así destacó un entrevistado de La Magdalena Contreras la forma de ser de los clientes:

De por sí son clientes que les importa esto, su salud y el cuidado al medio ambiente, llevan su canasto, sus bolsas y ya saben que ningún productor damos bolsas y llevan todos sus recipientes, desde ahí son muy conscientes de todos estos factores (E03).

Cuando los agricultores se dan cuenta que están en un ambiente que los reconoce como promotores del cuidado del medio ambiente, de la salud y de la calidad de los productos, se sienten orgullosos, ya que perciben un reconocimiento de los otros a sus prácticas y esto los motiva. Así lo comentó una entrevistada del MAT: “La gente está muy sensibilizada, entonces llega, te pregunta, se involucra en preguntarte cómo estás produciendo, de qué manera, entonces eso me ha motivado a mí” (E06). La situación sería diferente en un ambiente indiferente a los valores y prácticas de los productores agroecológicos, siendo que ellos tienen intenciones más allá de producir alimentos y ganar dinero.

Una de las formas en las que se crea esta conexión entre productores y consumidores –considerada un punto clave que diferencia a las RAA de los espacios de venta de alimentos convencionales– es a partir de la capacidad de diálogo que hay en estos mercados, porque como veremos con los siguientes testimonios, hay una disposición por resolver las dudas de los clientes y por

comentarles sobre los beneficios de la producción orgánica y del cuidado del medio ambiente. Lo anterior no solo ayuda a que los clientes conozcan más sobre los productos, sino que también crea retroalimentación entre ambos actores y promueve la alimentación saludable y sustentable. Como lo menciona Linda Steg (2016), la provisión de información a personas que saben poco sobre el tema es eficaz para su participación en acciones proambientales, siempre y cuando esta información se adapte a sus necesidades y valores. Aunque la información tal y como los agricultores la expresan a veces no sea suficiente para promover en algunas personas una consciencia proambiental, no perjudica a nadie, y en su lugar aporta a quienes están interesados en el tema o comparten valores similares con los agricultores y las redes. De la siguiente manera los expresaron algunos productores:

Esta convivencia o interacción que tienes con el consumidor es muy buena porque tú al mismo tiempo estás educando al consumidor a que los alimentos tienen un cierto proceso, un cierto tiempo de crecimiento y que a veces es imposible que todo el tiempo tengas zanahorias, entonces es como una retroalimentación motivacional (E06).

A veces la gente pierde la dimensión de dónde vienen sus alimentos, en qué suelo se producen, todas las relaciones que hay detrás de lo que puedes llegar a tener en una mesa, entonces tanto involucrarlos, como estar en una relación directa con ellos creo que es algo bien rico y que pocas veces podemos tener (E05).

Estas prácticas, directamente relacionadas con los consumidores, están vinculadas con valores como el amor y el respeto para lograr un bienestar colectivo. Además, la relación que se forma entre los agricultores y los consumidores dentro de los mercados se convierte en amistad en más de una ocasión, puesto que disponen de gran accesibilidad para que otros conozcan a profundidad su forma de producción. Por ello, los agricultores invitan a los interesados a conocer sus espacios de cultivo, en ese proceso llegan a conocer a su familia y también las dificultades de su trabajo. Así lo expresó un agricultor de Milpa Alta en el siguiente testimonio:

Es muy enriquecedor [que los clientes pregunten], de los clientes también he hecho muy buenos amigos, hay unos que ya han venido a la casa, hay unos que a veces me ayudan a trabajar o hay unos que ya metiéndolos dentro de la dinámica me dicen, cómo va la miel esta temporada. La cercanía es lo que rompe el distanciamiento entre el productor y el consumidor (E05).

Esta actividad no solamente se realiza por cortesía hacia los consumidores, sino que de verdad hay un interés sincero del agricultor porque se conozca más sobre la labor agroecológica para promover los valores que en ella ponen, ya que como menciona Steg (2016) “las personas tienden a favorecer y elegir opciones que apoyan los valores que priorizan” (p.280). Al respecto, uno de los agricultores de La Magdalena Contreras comentó:

Tienes que visitar a productores, no nada más les compres y ni siquiera sabes de dónde viene, o sea, que se interesen las personas y que te pregunten cómo le haces, de dónde vienes, quién más se involucra, que nos pregunten y que salga más interés del cliente (E03).

Asimismo, esta afirmación representa la forma alternativa y particular de consumir que proponen estos espacios, en donde la creación de comunidad es primordial para realmente apoyar el consumo local, mejorar la situación ambiental e informar sobre las ventajas que tienen los alimentos cultivados de forma natural.

Dado que la conexión entre el productor y el consumidor es tan importante para la creación de comunidad, son pocos o ninguno los intermediarios entre la producción y la venta de los alimentos. De esta forma, los espacios alternativos favorecen la permanencia de las cadenas cortas de producción, las cuales contribuyen a disminuir el impacto ambiental. Uno los agricultores lo enfatizó de esta manera:

Te decía hace rato de los mercados, que como productor para tener esta cercanía con los consumidores tienes que estar en un mercado, no es lo mismo que si contratas a alguien que está en otro mercado para tomar más espacios, si esta persona que contratas no tiene la cercanía con el campo o con los procesos de los productos que estás haciendo, se pierde este encanto de los saberes y de la visión, entonces creo que lo ideal sería que

cada productor pudiera tener un espacio de este tipo y pues claro que me gustaría que hubiera muchos más mercados alternativos (E05).

De esta forma es que los mercados alternativos son espacios que vinculan a las personas para lograr cambios en el aquí y ahora. Además, es importante su existencia para los agricultores, pues antes de ellos el impacto de su trabajo en sus espacios de convivencia era poco, sin embargo, al encontrarse con esta red de productores que comparten los mismos valores, el impacto que se logra en una sociedad crece.

En general, la comunidad es un aspecto motivante para los productores porque a partir de las buenas relaciones que crean comparten valores y todos trabajan para los mismos fines. Como ejemplo, una entrevistada del MAT manifestó: “Se hace un vínculo muy estrecho, muy agradable [con los consumidores], y aparte de eso, es muy motivacional, ese es uno de los aprendizajes más lindos que he tenido en el mercado” (E06).

En cuanto a otro de los aprendizajes que observan los agricultores en las RAA, está el simple hecho de saludar y tener una buena comunicación con los demás, ya que para ellos ha sido importante romper con el pensamiento individualista, el cual no está relacionado con los valores que siguen. Y así como menciona Steg (2016), las conductas y las decisiones que toman las personas dependen de los valores que priorizan. En este caso, se observa una preocupación por el otro, lo cual significa que el valor que priorizan los agricultores de las RAA es la solidaridad, en conjunto con su capacidad de empatía. Así fue como uno de los productores del Mercado el 100 expresó su opinión al respecto:

[habla de los aprendizajes que ha tenido en el mercado] El aprendizaje de siempre socializar. En el caso de nuestro equipo estar bien con los demás, no tener rivalidades, saludar. El ambiente que se vive siempre es ese aprendizaje, que la vida se trata de tener las puertas abiertas hacia otras personas y eso también te abre las puertas, y tener amistades (E03).

Otra característica de la forma de trabajo en los mercados alternativos es el comercio justo, el no regateo. Lo anterior se refiere a que los precios que se

establecen corresponden con el trabajo realizado y el valor de uso de los productos, contrario al valor de cambio cuyo objetivo es beneficiarse de la posición del producto en el mercado, sin considerar un intercambio justo. López (2015) explica que predominar el valor de uso es un proceso de acumulación contrario al capitalista, por lo tanto, esta particularidad refuerza el sentido alternativo de las RAA. Sobre este tema, una agricultora de la Cooperativa Despensa Solidaria relató cómo se involucró en las RAA; para ella ha sido esencial tomar en cuenta el comercio justo desde que comenzó el proceso de comercialización:

Entonces poco a poco empezamos a construir esta plataforma bajo nuestros propios principios de no regateo, estudiamos un poco más del comercio justo, incluso tuvimos discusiones propias de qué es comercio justo, si en realidad es posible llegar a un comercio justo, etc. (E04).

Otra dimensión de este concepto incluye la competencia leal, así los productores mantienen un solo precio para un producto o lo ubican dentro de un rango definido, esto claramente se hace respetando el valor de cada producto. En cuanto al tema, una agricultora del MAT comentó lo siguiente: “No se trata de competir, sino de ofrecer productos de calidad o que tengan ese manejo agroecológico por el cual tú estás pidiendo a lo mejor ese precio o ese costo justo” (E06).

Estos intereses demuestran la importancia de manejar precios con honestidad que beneficien a todos. Por ello son proyectos que se basan en cadenas cortas, ya que al ser el propio productor conocedor del trabajo realizado, quien establece los precios, y además está sumergido en una serie de valores que promueven el beneficio mutuo, los precios corresponderán al valor de uso y no al valor de cambio.

Un elemento más que impulsa la buena convivencia entre productores y consumidores dentro de las RAA es la inclusión. Los espacios del mercado están destinados para públicos de diferentes edades y condiciones económicas, también es un ambiente amistoso con diferentes decisiones políticas y sociales, por ejemplo, el vegetarianismo y el veganismo. Esta diversidad de posiciones sociales y políticas ha sido igualmente un aprendizaje para los productores de las RAA. En relación al tema, un agricultor de Milpa Alta expresó:

Yo creo que el gran aprendizaje que he tenido es la selección de nuestros productos a nuestro mercado. Una forma muy sencilla de explicar esto es que algunos productos que hemos hecho, por ejemplo, los tamales de amaranto, antes tenían manteca y carne, esto tuvo que ir cambiando, ahora son veganos, son de quelites y totalmente distintos a los que estábamos llevando, y creo que es bastante rico porque te muestra otro segmento de la población que quizá no habías contemplado (E05).

Como se ha observado han sido varios los aprendizajes que han tenido los productores dentro de los mercados alternativos, los cuales son acordes con valores altruistas y también biosféricos. Esto tiene que ver con que las personas generalmente guían sus acciones de acuerdo con sus valores y creencias, por ello entendemos que los agricultores adopten aprendizajes que tengan que ver con estos valores dentro de su estilo de vida. Un ejemplo de esto es lo que menciona Steg (2016): “Es más probable que las personas estén intrínsecamente motivadas para actuar a favor del medio ambiente una y otra vez cuando respaldan firmemente los valores biosféricos” (p. 277).

Otro tema que no se vincula con valores, pero sí con el desarrollo de las RAA, son las redes sociales. Los agricultores rescataron este elemento porque ha sido una herramienta útil para conectar consumidores preocupados con productores orgánicos y, al mismo tiempo, la comunicación en tiempos difíciles –como ahora en la pandemia– se ha mantenido por estos canales. Al respecto, una entrevistada del Mercado el 100 compartió:

Lo que veo ahorita es que hay más impacto en las redes sociales como Facebook o Instagram. Gracias a eso el mercado se ha dado a conocer un poco más, antes sí se conocía, pero lo que le dio más vuelo fueron las redes sociales... en este caso con las redes sociales, como te decía, se ha vuelto a reactivar esa otra parte de lo orgánico (E01).

Así que las redes sociales han contribuido a la visibilización de espacios alternativos que no pueden publicitarse de la misma forma que las grandes cadenas

de supermercados y alimentos convencionales, las cuales utilizan publicidad continua en medios masivos de comunicación como la televisión o la radio.

En el caso de la visibilización, también se debe mencionar que para los agricultores, los mercados alternativos han sido un espacio fundamental para darse a conocer, es por ello que los consideran espacios promotores de la visibilización de agricultores y agricultoras orgánicos de la Ciudad de México, porque se puede conocer quiénes son y cuáles son sus intereses, que en muchos casos se relacionan con el cuidado del medio ambiente y de la salud, como nos comenta una agricultora de Xochimilco: “Siento que el estar ahí [en el mercado alternativo], a nosotros como familia, como pequeña empresa familiar nos abre muchas puertas para dar a conocer a las personas que pueden llevar una vida saludable, libre de químicos, de pesticidas” (E01).

Además, los mercados le han dado más credibilidad a la producción orgánica porque no solo se trata de uno, sino de muchos productores y personas involucradas. Al respecto un agricultor del MAT comentó lo siguiente: “Una de las ventajas que hemos tenido desde que estamos en el mercado es que hemos tenido muchísima más visibilidad, hemos podido estar por ejemplo en programas de la FAO” (E05).

La RAA como TAZ

Al considerar lo mencionado, se puede hablar de la comunidad creada dentro de las Redes Alimentarias Alternativas como una TAZ (Zona Temporalmente Autónoma²²), esto significa un espacio momentáneo o temporal, que sale de lo establecido convencionalmente, y mientras existe es que sus integrantes crean cambios aquí y ahora. Como destaca Bay (1991): “las TAZ pueden considerarse, prácticamente hablando, como fines en sí mismos, pero teóricamente también pueden verse como formas de lucha hacia una realidad diferente” (p.141).

²² En inglés llamada Temporary Autonomous Zone.

Lo interesante de las TAZ es que son creadas por medio de la acción y la autogestión, al igual que las RAA; lo que se quiere y lo que se valora se traspasa a la práctica, es de esta forma que no necesariamente se tiene que pasar por un proceso revolucionario y violento para crear estas comunidades autónomas de las que nos cuenta Hakim Bay (1991). La TAZ se forma en las grietas dentro del sistema capitalista o neoliberal. Puede ser un espacio geográfico, social, cultural o imaginario y, en este caso, funciona como los tres primeros, porque las RAA son un espacio público, construyen comunidad y promueven un consumo alternativo. El objetivo de estas zonas temporalmente autónomas es un cambio en la forma de consumir y producir, basado en un cambio de mentalidad.

En cuanto a los mercados, es al trascender la TAZ que las comunidades creadas amplían la red, puesto que llevan ese tipo de convivencia a sus hogares y a sus barrios o la comparten con otros productores que conocen fuera del mercado. En estos casos, los productores tienen un interés por extender la colectividad a diversos espacios de su vida cotidiana, hecho que demuestran al mantener relaciones de solidaridad con otros productores fuera de la red alimentaria alternativa o incluso consumidores que puedan ser externos al mercado.

Actualmente, muchos productores han decidido involucrarse en la certificación participativa, lo que los une aún más como pequeños agricultores, ya que entre ellos deben visitarse, conocer su forma de producir y posteriormente criticarse o felicitarse por el trabajo que están realizando. Este es un ejemplo de que la comunidad va más allá de un momento y un lugar específicos. Como lo señaló el siguiente entrevistado de La Magdalena Contreras:

Estoy contento con esta actividad porque me ha tocado visitar a muchos productores que también están en la misma línea, también se preocupan y que toda su vida lo han hecho bien. Mis respetos para ellos, es admirable. Incluso una fortaleza personal son las visitas que les hicimos, en las que los tomas como ejemplo, en donde tú dices wow, yo quiero ser como él. Conoces a un productor y después a otro y te invitan y vas, y vas conociendo que no es nada más una sola actividad, hay tantas alternativas, o sea,

muchos aparte de que producen muy bien, lo transforman y tienen su granjita y tienen huevito de granja, entonces yo también quiero hacer algo así similar. Entonces vamos en ese camino, la verdad para mí fue la principal motivación ver a productores que le echan ganas y les interesa (E03).

Asimismo, los productores se han dado cuenta de la importancia de la red en su contexto, en el cual permanecen las dificultades para conseguir insumos que se adapten a su forma de producción. Así ocurre con uno de los proyectos de panadería en el que cultivan poco, sin embargo, todos sus insumos provienen de productores orgánicos; esta decisión se toma porque así se mantienen los valores de cuidado del medio ambiente y de la salud, además de que se extiende el apoyo a otros proyectos alternativos. De esta forma nos contó la productora de Cuajimalpa sobre la situación:

Una de las cosas que tenemos con los productores [de los tianguis alternativos] es que muchos insumos de los que tienen o algunos por lo menos de los que llevan a los tianguis, nosotros tratamos de adquirirlos ahí, entonces pues siempre decimos que si vamos a hacer el pan de plátano, el plátano lo vamos a consumir de aquí o el cacao lo estamos trayendo de Tabasco, Guerrero, entonces se crea como un vínculo y es más integral porque no solo somos nosotros y vamos a la Central a comprar las cosas, sino que tratamos de comprar los insumos con productores que sabemos que para ellos es difícil colocar su producto y para nosotros de repente también es difícil conseguirlo (E07).

Por último, es necesario mencionar la realidad sobre la existencia de muchos proyectos dentro de los mercados que en sí mismos son redes, como las cooperativas de productores, y se podría decir que los sábados o domingos que se instala el tianguis, estas cooperativas se encuentran dentro de otra red o simplemente la alargan. De esta forma nos lo contó una productora de Xochimilco:

La red en realidad se ha ido transformando, en la actualidad somos como 40 proyectos, tanto de pequeños productores como medianos, también de redes o colectivos en algún tipo de resistencia. Y bueno, un productor

siempre conoce a otro productor, entonces así fue como nos vinculamos e hicimos una red de productores, de esta manera pudimos lograr un listado de productos que tienen esta calidad (E04).

Con este comentario rescatamos una característica más: el dinamismo. Es decir, estas redes no son estáticas, van cambiando su estructura en función de sus necesidades o a causa de situaciones contingentes.

Usualmente, estas comunidades se convierten en una red porque tienen más intereses que el de simplemente vender, más bien buscan otras formas de vivir, como nos expresó una agricultora de Cuajimalpa:

Nosotros en la cooperativa de pan estos son los espacios que buscamos, de una visión un poco diferente, algo alternativo, autónomo, y que también podamos tener un vínculo de trabajo con estos espacios, que no solo sea un espacio de venta, sino que sea algo un poquito más amplio, que se vaya construyendo una red (E07).

Además, los agricultores observan que trae más ventajas que desventajas la vinculación entre los diferentes proyectos alternativos alimentarios, lo que se convierte en un elemento importante para la permanencia y continuo desarrollo de estas experiencias. Así nos lo mencionó una entrevistada:

Con Despensa Solidaria te decía que tenemos muy buen trato. Hay una realidad aquí afuera con los proyectos que estamos dedicándonos a las redes y a las cooperativas de producción y consumo, que son diferentes pero a la vez tienen que estar vinculadas (E04).

Las dificultades

Como sabemos, nada es completamente positivo, existen matices. Por ello, es importante mencionar las dificultades que los agricultores observan sobre el desarrollo de los mercados alternativos y las críticas que hacen al respecto de estos espacios.

La principal dificultad mencionada se relaciona con los espacios limitados y, en general, la falta de espacios para establecer mercados alternativos. Es importante que esta problemática se distinga porque significa que hay una necesidad de los productores agroecológicos por tener espacios amplios, permanentes y ubicados en lugares públicos. La siguiente agricultora de Xochimilco nos da un ejemplo de lo que percibe sobre esta situación:

Por ejemplo, aquí en el [Mercado el] 100 es un pedacito muy pequeño, en otras colonias o alcaldías también se debería de dar un pequeño espacio, porque luego dicen, te vamos a dar el espacio, pero adentro de una plaza, y dices, quién va a querer comprar dentro de una plaza si está el supermercado, el Wall-Mart (E01).

Asimismo, otro agricultor mencionó el siguiente ejemplo:

Lo que pasa con la SEDEREC es que consigue plazas, un día estás en una, otro día en otra, como nómadas buscando espacio, pero no son lugares fijos, ni de cada ocho días. Entonces yo les comentaba a ellos, así ni a mí me conviene, ni a mis compañeros, la gente no se entera, vendemos muy poquito y para nosotros no es negocio. Sin embargo, si estuviera un mercado ya establecido cada ocho días, cada 15 días o cada mes, ya la gente se va enterando y va uno agarrando clientes porque no creo que un año ya vamos a vender bien, si se lleva años agarrar la clientela. Pero no sé por qué no hacen eso, ya les comenté y me dicen que sí es buena idea pero no sé por qué no hacen eso (E02).

Lo anterior se relaciona con el hecho de que el gobierno ha otorgado apoyos a los pequeños agricultores orgánicos sin entender su situación, y por eso en muchas ocasiones la ayuda que ofrece no es eficiente para estos proyectos. Una última observación al respecto es de una agricultora de la Cooperativa Despensa Solidaria:

Al final estos mercados buscan estar en espacios abiertos y públicos lo cual implica toda una labor de gestión con las alcaldías y a veces pareciera súper complicado porque también te hacen un cobro de espacio. Hay algunos

proyectos que son financiados por las alcaldías y te ponen toda la infraestructura, pero es complicado tener un control de qué tipo de productos, qué imagen, etc. (E04).

Sumado a esto, los productores han notado una falta de mercados orgánicos en barrios marginados, lo cual les gustaría cambiar para que más gente conozca sobre el tema, pueda tener mayor acceso a este tipo de comunidad y, sobre todo, puedan conseguir alimentos de calidad. Acerca del tema una productora comentó: “Yo creo que sí podría haber más tianguis así, pero en otro tipo de zonas porque generalmente todos se hacen en el centro. Sería importante que hubiera en otros lugares donde hay la necesidad de aprender otras formas” (E07).

En el caso de las críticas, los agricultores comentaron sobre mercados alternativos en los que laboraron y encontraron que predominaba un interés económico, por lo tanto, en vez de sentirse parte de un espacio solidario, se sentían simplemente parte de un negocio; eso ocasionalmente llegaba a crear rivalidades entre los mismos productores y con los organizadores. A partir de esto, se observa que no todos los mercados alternativos crean una comunidad basada en valores altruistas. Lo podemos notar con el siguiente testimonio de una agricultora:

Al final, la toma de decisiones de este mercado fue de esta manera, todos los productores estábamos en un chat y a todos nos sacan y nos dicen que ellos van a decidir con quiénes continúan trabajando y con quiénes no. Al final es una decisión de dos personas padre e hija y entonces de repente este discurso de solidaridad de apoyo al productor y todas estas cosas pierde el sentido, en realidad no era (E04).

Otra parte de la crítica se centra en un aspecto económico, ya que normalmente los productores tienen que pagar cuotas por el espacio que están ocupado, y eso hace que los costos de sus productos aumenten. Así lo mencionó una agricultora del MAT:

Los espacios son una limitante, y la otra es que, por ejemplo, tú como productor tienes que pagarle al organizador del mercado porque el organizador del mercado buscó el espacio, entonces a veces esos espacios

no son tan accesibles, no son tan fáciles de conseguir, y también el costo de tu producto lo tienes que elevar porque de ahí tú tienes que sacar para pagarle al organizador (E06).

Según los entrevistados, si hubiera más facilidades para que los productores se pudieran ubicar en espacios públicos, probablemente no tendrían que incrementar tanto sus precios y eso crearía productos económicamente más accesibles. De esta manera lo expresó un productor:

El uso de permisos públicos debería de estar más abierto para los mercados de productores, muchas veces tenemos problemas con los permisos en la delegación para ocupar espacios, parques, y creo justamente que estos mercados deberían de estar en sitios públicos con todas las atenciones que deberían de tener de parte de las autoridades (E05).

En este capítulo se describió que las RAA crean vínculos entre tres actores sociales (productores, consumidores y organizadores de los mercados), los cuales se establecen por medio de valores altruistas como la amistad, el respeto, la honestidad, la solidaridad, entre otros. Una serie de factores son relevantes para mantener la comunidad, como el diálogo, el trabajo en equipo, el comercio justo, la inclusión y el dinamismo. Sobre todo, se debe reconocer que, para los agricultores, el desarrollo de los proyectos alternativos en forma de red les ha servido mucho para aprender de los demás y para darle más fuerza a su causa, la cual versa sobre darle mayor difusión a la producción agroecológica, pequeña y local de la Ciudad de México. A partir de estas características, se considera a estas redes como una zona temporal autónoma. No obstante, los agricultores también hablaron sobre las problemáticas que han observado en estos lugares, por ejemplo, la falta de espacios y las redes como proyectos sectorizados.

A continuación se abordarán las motivaciones que tienen los agricultores para elegir realizar una producción agroecológica en lugar de una convencional, decisión en la que han influido tanto valores altruistas como biosféricos.

4.2.2 La práctica agroecológica como una elección para la vida

En el apartado anterior, se trataron los significados que los agricultores le dan a su participación en una RAA. En este apartado presentaremos el análisis que versa sobre el sentido que los agricultores le otorgan a la práctica agroecológica, esto quiere decir que se abordarán los significados que han construido en torno a ella. En este sentido, se vincularán también, el tipo de valores que se relacionan con la agroecología, y se podrá observar una concordancia con los valores que estos actores priorizan en el proceso de construcción de las RAA.

Las motivaciones: ¿por qué producir orgánico?

Los agricultores y agricultoras nuevamente profundizaron en elementos que no se relacionan con la parte económica de la producción orgánica ante preguntas sobre el porqué tomaron la decisión de realizar prácticas agroecológicas. Esto sucede debido a sus experiencias particulares, que los hacen reconocer y valorar significados en la agricultura sustentable, no relacionados con ganancias económicas, los cuales consideran más importantes.

De hecho, una primera parte de las motivaciones que encuentran los agricultores para llevar a cabo una producción agroecológica está en la conexión que existe entre este tipo de producción y sus valores, que como se vio anteriormente, van más encaminados hacia el altruismo y el cuidado del medio ambiente, en lugar de hacia un interés económico. De igual forma, ha sido importante para ellos desarrollar esta actividad para crear relaciones sociales y políticas que los unen a distintas personas con los mismos intereses, y así pueden ir caminando juntas hacia un estilo de vida distinto, en el que se priorizan valores como la solidaridad, el respeto, el amor, la amistad, y algunos más²³. Referente a la perspectiva de que las prácticas agroecológicas trascienden de un simple intercambio comercial, una agricultora del mercado Cooperativa Despensa Solidaria mencionó: “Tratamos

²³ Véase el apartado 3. Sí hay futuro, en donde se encuentra la Tabla 4 que relaciona todas las prácticas de los agricultores con los valores correspondientes.

de... mostrar que nuestras prácticas van más allá de sembrar lechuguitas y rábanos, sino que hay toda una carga cultural, una carga política, una carga detrás de toda esta producción” (E04).

Los productores también encuentran gran relevancia en los diversos conocimientos alternativos que adquieren y pueden compartir, resultado de la visión e integración que tienen como productores agroecológicos. Sobre este tema un entrevistado de Milpa Alta mencionó:

Mucha gente tiene esa idea de que lo orgánico tiene un mayor valor en el mercado o que tiene mejores beneficios económicos, pero a la larga te das cuenta que no solamente es un sistema productivo, sino que es un sistema de valores, de conocimientos, que conllevan muchísimas más cosas detrás, no solamente es un cambio de insumos químicos a biológicos, sino un cambio en la estructura de pensamiento (E05).

En el caso específico de la producción agroecológica, uno de los valores altruistas más destacados por los agricultores es el de la honestidad, ya que muchas veces no se trabaja con certificaciones oficiales que avalen los productos como orgánicos²⁴, en este caso, mentir sobre las prácticas realizadas no es parte del sentido agroecológico, y tampoco se relaciona con la lealtad, considerada una cualidad importante para los agricultores, ni con el valor de la solidaridad que se manifiesta en el interés que estos actores sociales tienen por el cuidado a la salud de los demás. Como ejemplo del tema una entrevistada del MAT comentó: “Yo puedo llegar y decir, es que yo produzco huevo orgánico y lo doy a \$6.00 la pieza y si realmente no le estoy dando ese manejo agroecológico no está siendo sano, ni leal” (E06).

En cuanto al aspecto del cuidado de la salud, los entrevistados mencionaron su preocupación por esta temática, la cual también es parte de los principales motivos que los llevaron a involucrarse en las prácticas agroecológicas. Así lo expresó una agricultora de Iztapalapa:

²⁴ Ver pp. 121-122.

Empezamos a buscar alternativas más saludables, y ya fue que uno de mis cuñados estaba en un programa que había impulsado la SEDEREC, él estaba en esa Secretaría, me empecé a acercar y vi que había otra manera más sana, limpia y más amigable de producir alimentos y la verdad no lo pensamos dos veces. Así fue como nosotros empezamos a cambiar nuestro sistema de producción (E06).

Las enfermedades a las que han sido expuestos los agricultores les han servido como experiencias significativas para cambiar su modo de vida y adoptar una alimentación más saludable, es por lo que muchos han optado por una producción libre de químicos y pesticidas, lo cual se ve directamente relacionado con el cuidado del medio ambiente²⁵, y tiene que ver con lo que menciona Steg (2016): “es más probable que las personas actúen sobre sus valores biosféricos cuando estos valores están activados y respaldados por factores relevantes que están presentes en la situación en la que se toman las decisiones” (p. 282). En este caso, los factores relevantes presentes son las enfermedades que han padecido por el tipo de alimentación que tuvieron antes de llevar a cabo una alimentación más saludable. En relación con estos sucesos, una agricultora relató:

Cultivar orgánico es importante porque se trata de producir sano para estar sano, si comes bien vas a estar bien. Te lo digo yo porque soy paciente de trasplante renal... si tú te cuidas a lo mejor cuando te enfermes no te va a dar tan grave, como a lo mejor yo veo a mis compañeros que tuvieron lo mismo, ellos comían *Cheetos*²⁶, refresco, tantas cosas y pues les va peor porque tienen triglicéridos, colesterol, yo todo lo demás lo tengo bien, gracias a dios estoy aquí, pero es también por los alimentos y la forma en la que uno come para estar bien (E01).

²⁵ Véase las pp. 109-111 para conocer más sobre la opinión de los agricultores en cuanto al cuidado del medio ambiente.

²⁶ Aperitivos ultraprocesados de harina de maíz con sabor a queso.

Otra productora de la zona de Xochimilco explicó que, debido a las consecuencias de salud que vivió al trabajar con cultivos convencionales comprendió la importancia de cultivar sin agroquímicos:

En el invernadero teníamos cultivos hidropónicos, los cuales me dejaron la suficiente experiencia para decidir no usar ningún tipo de agroquímicos, fueron en muy bajo nivel, pero yo y mi otra compañera de trabajo nos enfermábamos constantemente por el uso de agroquímicos, eso al final te da la certeza y las herramientas de decir la agricultura no va por ahí (E04).

Para los agricultores, es una realidad que al llevar a cabo la producción agroecológica pueden cuidar la salud de su familia y también de las comunidades que consumen sus productos. Así lo contó un productor del Mercado el 100: “Para mí es importante ayudarme a mí mismo y a la demás gente para que no se enfermen, que estén libres de insecticidas y pesticidas” (E02). En este caso, se puede observar que la práctica agroecológica tiene un sentido de solidaridad y respeto hacia la vida de los demás.

El interés de los productores por la salud de los consumidores va más allá de garantizar productos sin agroquímicos. De hecho, en muchos casos se ha podido observar que los productores también se interesan por las distintas problemáticas de salud que aparecen en la población, por ejemplo, la condición de intolerancia al gluten, la diabetes, la hipertensión y en general las enfermedades recurrentes en la sociedad mexicana. A partir de este interés, procuran hacer notar las diferencias entre los alimentos orgánicos y los procesados o transgénicos, la mayoría de los cuales perjudican la salud. Sobre el tema, una agricultora de la Cooperativa Despensa Solidaria explicó:

Este consumo agroecológico nos ha traído muchas cosas buenas con nuestros clientes, nos dicen que no les cae pesado el pan, que se sienten diferentes y pueden consumirlo, porque mucha gente es celiaca, a partir de estos químicos se vuelven intolerantes al gluten porque el gluten es un componente del trigo que absorbe los nutrientes de la tierra, pero si le das

químicos, pues obviamente absorbe químicos, entonces es un veneno directo (E07).

Los productores consideran valiosos los aprendizajes en torno a una alimentación de calidad, por lo que buscan difundir este tipo de información entre todas las personas para que conozcan más sobre una alimentación saludable, y se cuiden. Podemos decir que los agricultores comparten sus conocimientos con su comunidad de referencia para que esta pueda adquirir más consciencia sobre la importancia de su salud. Acerca de esta labor de difusión, una agricultora del Mercado el 100 mencionó:

Intento que hagan conciencia para que ellos traten de cuidarse, traten de comer más saludable. Yo pasé por una enfermedad, entonces siempre he tratado de comer bien, eso no te garantiza que en algún futuro no te vayas a enfermar, simplemente que cuando pase no te dé tan fuerte (E01).

La atención sobre la salud de sí mismos, sus familias y sus clientes conduce a los productores de las RAA a reivindicar la producción agroecológica como necesaria para superar la gran problemática alimentaria en México por la falta de alimentos con alto valor nutricional. Una productora, por ejemplo, nos comentó: “Yo creo que sí, en un principio era como una moda, ahorita ya es una necesidad por todos los beneficios que implica la producción orgánica” (E06). En relación con esta temática, otro agricultor también se expresó sobre la necesidad de una alimentación de calidad: “Creo que ahorita la necesidad de todo el mundo va a ser alimentarse y comer sano” (E02).

Como último aspecto en el tema del cuidado de la salud, se considera que la producción agroecológica, de la mano de los mercados, son los pilares que les han dado una posición a los agricultores para fomentar el cuidado hacia los otros, lo cual les causa satisfacción y orgullo. De la siguiente manera lo expresó un entrevistado: “Me gusta trabajar en el Mercado el 100 por la satisfacción de que ayudamos a que la gente no se enferme tanto, no utilizamos químicos, no utilizamos insecticidas” (E02). Estas emociones, favorecen, por un lado, el proceso de

involucramiento en las RAA y, por el otro, su propia identidad colectiva de 'productores agroecológicos'.

Durante las entrevistas también se destacó el vínculo que los productores establecen entre la práctica agroecológica y la construcción de soberanía alimentaria. Esto a su vez se relaciona con la capacidad de autosuficiencia, puesto que al conseguir su propia autonomía alimentaria, desaparece su dependencia como familia²⁷ hacia las empresas alimentarias, además de que crean un modo de vida económica y ecológicamente más sustentable. Al respecto, una agricultora del Mercado Alternativo de Tlalpan manifestó:

El principal objetivo que nosotros tenemos como pequeños productores es primero abastecerse tú en el consumo familiar, que tú tengas solvencia de tus productos para ti y tu familia... de hecho, para eso son esas prácticas [agroecológicas], para que tú seas autosuficiente, que no dependas de nadie para producir alimentos... esto no es una moda, ya tiene que ser un modelo de vida, así debe de ser, tienes que tener independencia, soberanía sobre lo que vas a comer (E06).

La autosuficiencia alimentaria les ha permitido a los agricultores sobrevivir, ya que en tiempos económicamente difíciles sus cosechas les han proporcionado lo básico, que es la alimentación. Estas son vivencias que han influenciado la gran relevancia que ahora tiene en sus vidas producir sus propios alimentos, así como nos contó su experiencia una productora de Cuajimalpa: "cuando iniciamos era un proyecto nuevo y difícil de insertarlo en algún lugar, entonces sí tuvimos muchas carencias y si ya tenías una matita, ya te haces algo con esas acelgas, comes de ahí o puedes resolver" (E07).

Es notable que la práctica de autosuficiencia que adquieren estos agricultores es muy completa porque no solo cosechan sus propios alimentos, sino que también realizan esfuerzos para hacer sus insumos, que incluyen semillas, pesticidas

²⁷ Como se puede apreciar en el apartado de mapeo cualitativo, una cualidad de los proyectos de agricultura sustentable es que la mayoría está conformado por integrantes de la misma familia.

naturales, contenedores de captación de agua, entre otros. Así lo comentó un entrevistado:

La otra cuestión son los insumos orgánicos con los que tú vas a combatir plagas y enfermedades y tú mismo los vas a hacer. Ya aprendimos a hacer extractos vegetales, los insumos básicos, y son baratos, es otra palomita a nuestro favor. Ya sabemos hacer nuestras propias semillas y nuestras propias plántulas, entonces ya dejamos aseillar diferentes hortalizas, las recolectamos y las guardamos. Y luego yo germino, porque si mandas a germinar a otro lado te va a salir caro (E03).

Este tipo de acciones demuestran la perseverancia de los agricultores por conseguir su propia independencia; al mismo tiempo, se aprecia la seguridad que les dan las prácticas agroecológicas, ya que a partir de ellas pretenden tener una soberanía alimentaria y, por último, suficiente producción (considerando su condición de pequeños productores) para vender en los mercados alternativos.

En el tema de los insumos, uno de los que consideran más valiosos e importantes de producir es la semilla, por tratarse de la base para la soberanía alimentaria; incluso los agricultores llegan a formar bancos de semillas para incrementar la diversidad de cultivo y posteriormente realizan intercambios con otros productores o las venden. Así lo contó una entrevistada de Xochimilco:

Por otra parte, estamos esforzándonos muchísimo en el banco de semillas tratando de reabastecernos, tratando de formar un banco, muy austero en realidad, pero con toda la intención de conservar la semilla, la cual también se está poniendo a la venta porque la gente está buscando semilla de polinización abierta y nosotros no usamos ningún tipo de químico en nuestra semilla (E04).

De igual forma, la siguiente entrevistada explicó su relación con la semilla, la cual nació de las prácticas agroecológicas:

Lo importante para mí sería que aunque seas un pequeño productor, aunque tengas producción en macetas, en pequeños espacios, siempre busques que tu trabajo tenga continuidad, que sea una necesidad de sobrevivencia,

de vida y sobre todo que siempre tengas independencia de lo que vas a producir, y todo esto te lo va a dar la semilla... La semilla es sumamente importante, cuando tú tengas una autosuficiencia y una producción de tus propias semillas, no vas a batallar con todo lo demás (E06).

En este caso, al igual que con el cuidado de la salud, los productores sienten alegría y orgullo de satisfacer por sí mismos su necesidad alimentaria. Como se ha descrito, las consecuencias relacionadas con las prácticas agroecológicas generan emociones con un impacto positivo sobre el significado que los protagonistas le otorgan a sus propias elecciones de vida, así. Esto se ejemplifica con el siguiente testimonio de una productora de la Cooperativa Despensa Solidaria:

Es súper bonito y reconfortante comerte algo que vayas y cortes de tu casa, ya no tengo que ir corriendo a la frutería o verdulería por cilantro, ya lo tengo aquí, yo por ejemplo tengo un especiero vivo, entonces tengo mi cilantro, mi apio y entonces corto poquito conforme lo voy utilizando y eso a mí me hace sentir muy bien (E07).

Con el brote del virus SARS-COV-2, que condujo a la pandemia que estamos viviendo y en un momento a la falta de alimentos²⁸ y alzas de precios²⁹ en los supermercados, los agricultores reafirmaron la necesidad de ser autosuficientes alimentariamente como individuos, familia y sociedad, es decir, que las personas sean más conscientes de dónde proviene lo que comen y, en consecuencia, se unan a la construcción de su propia soberanía alimentaria. Esto se manifiesta en la invitación que los agricultores hacen a sus clientes para que aprendan cómo cultivar sus propios alimentos. De la siguiente manera lo manifestó una agricultora de la zona de Xochimilco:

Como vamos viendo las cosas, en algún futuro esto es lo que se va a necesitar [la agricultura sustentable]. Ya sea aquí en el campo o en la ciudad

²⁸ Para mayor información véase la página web: <https://www.sinembargo.mx/17-03-2020/3749704>

²⁹ Para mayor información véase la página web: <https://www.jornada.com.mx/ultimas/economia/2020/04/23/inicia-profeco-procesos-contra-supermercados-por-alzas-en-precios-4192.html>

en pequeños huertos. Es necesario que la gente aprenda, aunque sea a cultivar una lechuga porque en una de esas si ya no podemos salir definitivamente, qué vamos a comer (E01).

Es interesante que, a pesar del sustento económico que las prácticas agroecológicas ofrecen a los productores, su discurso del por qué se decidieron por esta forma de cultivo no se queda ahí, sino que también está muy encaminado hacia el impulso a la autonomía alimentaria y, como veremos hacia el cuidado del medio ambiente. Así pues, otro aspecto a destacar de las entrevistas es el vínculo que los agricultores hacen entre la práctica agroecológica y el cuidado del medio ambiente. El siguiente fragmento de un agricultor del Mercado Alternativo de Tlalpan demuestra lo mencionado: “Para mí es importante [producir de forma agroecológica]... porque sabes que no estás dañando el medio ambiente o que tu injerencia cada vez es menor” (E05).

Asimismo, un agricultor del Mercado el 100 mencionó lo siguiente:

Después del primer año de prácticas agroecológicas, decidimos certificarnos y efectivamente realizar prácticas agroecológicas, no dañar el medio ambiente, hacer reforestaciones y todo eso... La transición nos duró tres años y ahora sí que no podemos echar ningún químico porque dañamos el suelo y esa no es la idea, se trata de construir nuevos suelos (E02).

El testimonio anterior también demuestra un obstáculo difícil de esquivar para los agricultores que buscan implementar un modelo de cultivo agroecológico, ya que el proceso es largo. Como ellos mismos observan, esto ocurre por todos los años que las tierras fueron deterioradas con la práctica del monocultivo, y por los químicos utilizados para incrementar las producciones. Esto quiere decir, que en su actuar social los agricultores sustentables no solo fomentan el cuidado de la salud y de la naturaleza sino que también buscan la restauración de ecosistemas dañados.

En cuestión del cuidado del medio ambiente, los productores agroecológicos consideran muy importante la restauración, la protección y el trabajo de la tierra; quieren mejorar los suelos que han sido dañados y conservar la fauna original de los ecosistemas que mantiene viva a la tierra, ya que la tierra es la base de su

trabajo y la valoran mucho. Esto significa que relacionan las prácticas agroecológicas con el respeto y el amor que le tienen a la naturaleza. De esta forma lo expresó una entrevistada de la alcaldía Iztapalapa:

La tierra, la verdad es que vale mucho, más que una banqueta o un pedazo de asfalto, y hay que valorarla, darle otra vez el valor que tiene la tierra y trabajarla sobre todo, hacerla producir, cuidarla, no deteriorarla. Cuando tú empiezas a usar agroquímicos la empiezas a dañar, toda su microflora y microfauna se pierde con los químicos (E06).

Otra práctica que los productores realizan para cuidar la tierra consiste en incrementar la diversidad de los cultivos, de esta forma se obtienen distintos alimentos locales y de temporada. De la siguiente manera lo explicó un productor de Milpa Alta:

Ahora lo que trato de hacer es sembrar con cultivos alternos al mismo tiempo, se siembra maíz, frijol, chile, y hay una mayor biodiversidad de cultivos y tratamos de ya no seguir haciendo solamente el monocultivo, y al mismo tiempo al tener una variedad más grande, pues podemos tener productos frescos más tiempo en el mercado y más variados (E05).

Este cuidado no se limita a suelo y a los organismos que ahí viven, sino que los agricultores ven una conexión en toda la naturaleza, lo que significa que consideran importante cada parte de un ecosistema. En consecuencia, también se preocupan por cuidar el agua, pues saben que el agotamiento de los mantos acuíferos produce sequías en la tierra. Esto sucede porque “las personas están motivadas para ser coherentes y actuar de acuerdo con la forma en que se ven a sí mismas en muchas situaciones diferentes, ya que al hacerlo se sienten bien consigo mismas, mientras que no hacerlo amenazaría su autoconcepto” (Steg, 2016, p.281). Sobre el tema un agricultor expresó:

Las más importantes [prácticas agroecológicas] sin lugar a dudas son la creación de suelo y la retención de humedad. La creación de suelo porque nos permite tener un suelo megadiverso, tanto de microorganismos pequeños, insectos y así dar mayor fertilidad a la tierra, aparte de ir

recuperando toda esa tierra que durante años se trabajó con agricultura convencional. La retención de humedal creo que es importante por todo el problema que hay actual de desertificación y de agotamiento de los mantos acuíferos, creo que una agricultura sustentable debería hacer eso (E05).

Incluso, como lo mencionó el siguiente productor, se preocupan por los efectos del cambio climático, ya que al estar en contacto con la naturaleza y trabajar la tierra, se ven directamente afectados y notan el deterioro ambiental:

Tristemente el cambio climático sí nos está pegando, lo he visto desde hace ya varios años atrás. Nos está castigando de diferentes formas cada temporada, vemos muchas situaciones, por ejemplo, que no llueve. En la Ciudad de México, allá abajo, escucho que a cada rato se inunda, hay granizadas y aquí las nubecitas nada más pasan a saludarnos y a mojarnos 5 minutos. Yo necesito más lluvias, por favor, estamos ya en julio, debería de empezar a llover desde abril o mayo, junio y no. Eso es lo que nos preocupa. Nos estamos preparando para eso, construimos infraestructura básica para prever esas situaciones. Es el detalle, contra la naturaleza qué podemos hacer (E03).

En muchos casos, los agricultores también realizan una labor de educación ambiental, en la cual difunden la información que han adquirido a través de las prácticas agroecológicas y de su trabajo directamente vinculado con la naturaleza. Este gusto por compartir conocimientos tiene la intención de que más personas sean conscientes del problema de deterioro ambiental que existe, y así, estos espacios naturales puedan ser recuperados y valorados. Un ejemplo de esta situación se observa en el siguiente comentario de una agricultura:

En nuestro caso particular, como trabajamos en un área natural protegida, que es en la zona de Xochimilco, pues además de compartir que somos una red y una plataforma de comercialización, nuestro hacer también es compartir sobre el territorio que está en resistencia, resistiendo a la degradación ambiental, tratamos de compartir con poquito de toda esta biodiversidad (E04).

Ya que los agricultores creen firmemente en la labor agroecológica como algo positivo para la vida, además de difundir la información con consumidores y gente interesada, también intentar influir en sus compañeros que cultivan de manera convencional para que cambien su forma de producción, pero a lo largo del tiempo han identificado obstáculos para que los agricultores cambien. En el siguiente apartado se tratará esta temática.

Como se observó, las acciones y los valores que tienen los agricultores en el entorno en el que producen, son los mismos que en las RAA: honestidad, respeto, amor, solidaridad, etc. Hay una conexión entre lo que creen y lo que hacen en su día a día, por ello, la producción agroecológica es un trabajo que les causa satisfacción y, en consecuencia, los motiva. Se puede decir, que en la agroecología han encontrado una actividad que los hace seguir sus principios y, al mismo tiempo, adquirir nuevos aprendizajes que también estén relacionados con lo que para ellos es trabajar y vivir plenamente, por ejemplo, la necesidad y capacidad de la autosuficiencia alimentaria, así como el cuidado de la salud y del medio ambiente.

¿Qué sucede con los agricultores convencionales?

En la Ciudad de México, agricultores convencionales y ecológicos habitan y trabajan en las mismas localidades, casi siempre dentro de la periferia, de ahí que muchos se conocen y conviven de alguna forma. Desde la mirada de los productores agroecológicos, hay múltiples razones por las que los agricultores convencionales no dan pasos hacia una transición en su forma de producción.

Una de ellas es una característica de la producción agroecológica que ya fue comentada: se trata de la cantidad de tiempo invertido. Los procesos de cultivo convencionales consiguen más cosechas en menos tiempo, ya que por medio de químicos se acelera el proceso de crecimiento en los alimentos, de esta forma, tienen más producción para distribuir en relación con la de los pequeños agricultores agroecológicos. Esto demuestra que uno de los intereses principales de estos actores es generar más dinero, dejando de lado valores tanto altruistas

como biosféricos. Esta situación fue descrita desde la mirada de los agricultores ecológicos, y de la siguiente manera lo manifestó una productora de Xochimilco: “La verdad muchos dicen que les va a salir más caro esta parte de lo orgánico, porque si ellos les ponen más químico les va a salir rápido su producción y si se esperan no van a generar dinero” (E01).

No obstante, para muchos pequeños agricultores convencionales el trabajo agrícola no es la base de sus ingresos; entonces el problema de la agricultura como una actividad bien remunerada se encuentra en la falta de comercio justo y la falta de dedicación a este trabajo, no en la velocidad en la que los cultivos se adquieren. Esto sucede porque, como nos cuentan los entrevistados, los agricultores normalmente se dedican a un solo tipo de cultivo que les da producción una o dos veces al año y lo venden a precios bajos, en intercambios comerciales donde se valora más la cantidad que la calidad de los cultivos. De esta forma se expresó un agricultor de La Magdalena Contreras sobre la situación:

“Básicamente el pequeño productor no vive de esto, inclusive nosotros tampoco podíamos vivir de esto, solamente era un invernadero, entonces qué producción podíamos sacar más que el jitomate que era el de mayor rendimiento, el jitomate era el que cada año nos fortalecía, pero después del jitomate qué echábamos, pues vegetales menores, espinaca, lechuga, lo que hacemos ahora, pero no son ingresos que digamos *wow*, no alcanza, la verdad. A la fecha ya tenemos tres invernaderos, y ya diversificamos, tenemos producción todo el año” (E03).

La siguiente apreciación que tienen los agricultores ecológicos corresponde a fuertes tradiciones y costumbres arraigadas que generan en los productores convencionales una resistencia al cambio y, por lo tanto, a transitar hacia la agroecología. Al respecto, uno de los entrevistados explicó:

Por ejemplo, aquí en el ejido el cambio generacional es tremendo, entonces la mayoría son señores grandes, y es bien complicado que cambien este tipo de pensamiento [que llegó con la revolución verde]. Yo creo que muchas

veces han de pensar que soy flojo por no deshierbar el terreno o estar pisando la hierba (E05).

A pesar de las circunstancias, los agricultores han buscado motivar a los productores convencionales que conocen para que visualicen otra forma de vida desde lo agroecológico, en especial, han entablado diálogos con ellos e incluso les han enseñado algunas estrategias para construir su propio cambio. Esto demuestra su empatía e interés por compartir conocimientos. Así lo comentó uno de los productores de Xochimilco:

Algunos compañeros me empezaron a decir, oye yo quiero sembrar jitomate, lechuga, pero cómo le hago, entonces con la experiencia que ya vivimos les decimos a otros, puedes hacer esto. Y de momento no porque su suelo está contaminado, entonces hay que esperar tres años para que puedas decir que esta lechuga o este pepino es agroecológico (E02).

El uso de redes sociales también es importante en este aprendizaje de lo agroecológico. Es a través de estas plataformas que los agricultores buscan llegar a más personas y motivarlas al cambio, algunas de estas personas son productores cercanos a ellos que cultivan de forma convencional. Al respecto, un agricultor expresó:

Muchas veces, al principio y a la fecha, estamos abiertos a compartir. A la fecha si viene un productor y me pregunta, órale te enseño y te puedo enseñar más, porque aquí obtenemos 30 hortalizas con tan solo hacer compostas pero hay que cambiar insumos, semillas y así una explicación rápida y más que nada que siempre estamos dispuestos a ser abiertos con los productores ya sean cercanos o lejanos pero siempre estamos dispuestos y en mí queda eso, yo hago mucha difusión en redes sociales de lo que hacemos por lo menos cada ocho días, qué cosechamos, y fotos bonitas de diferentes cultivos y procesos, tengo dos páginas de Facebook y lo voy subiendo. Entonces en mí está que fomento esta actividad y a ver en qué productor se despierta ese interés (E03).

Un punto a analizar, es que cuando se les preguntó a los agricultores, qué pensarían sus antepasados sobre sus actuales prácticas agrícolas, mencionaron que seguramente no estarían de acuerdo en algunas cosas, porque sus familias estaban acostumbradas a trabajar con algunas prácticas propias de la agricultura convencional. Como nos mencionó un agricultor del Mercado el 100:

Pues mi abuelito yo creo que si volviera a revivir me colgaba porque él era de puro maíz. Mi abuelo era de la costumbre de sembrar en todas las superficies maíz, y no se tocaba antes para comer elote fresco con mayonesa y hervidos, qué rico. Él era de dejar todo para mazorca, para pisar y mi abuelita y mi mamá hacían tortillas a mano para el autoconsumo todo el año. Yo creo que él se quedó así acostumbrado, nunca fue de meter maquinaria, meter innovaciones, no sembrábamos ni siquiera frutales (E03).

Otro productor del MAT mencionó:

Yo creo que lo podría marcar en dos segmentos. A todos los que les tocó la revolución verde yo creo que no les gustaría nada lo que estoy haciendo y los que estaban antes de ellos no verían nada nuevo en lo que estamos haciendo a lo que ellos estaban haciendo (E05).

Esto significa que los entrevistados y entrevistadas (que no pertenecen a la primera generación de agricultores) coinciden en haber crecido con una forma tradicional de practicar la agricultura, surgida de la revolución verde. A pesar de ello, lograron desligarse de estas costumbres y pasaron por un proceso de cambio, el cual eligieron por todos los valores y beneficios que encontraron –más allá de lo económico–, hecho que se rescata en esta investigación como parte importante de la transición que logran hacer.

En esta sección se observa que no hay fuertes rivalidades por parte de los agricultores sustentables hacia los convencionales, y de cierta forma hay un compañerismo que se da cuando los primeros comparten información, consejos y experiencias. En esta convivencia que sí existe entre ambos tipos de agricultores, también sería interesante rescatar la percepción que tienen los productores

convencionales sobre la agricultura sustentable y los agricultores que la practican para tener un panorama más completo que permita entender mejor las circunstancias que no les permiten involucrarse en un modelo de producción más sostenible.

La democratización de los productos orgánicos

Entre las necesidades que observan los agricultores en el plano de la agricultura sustentable, que se corroboran en la sección de motivaciones, están:

1. Lo orgánico no debe ser visto como una moda.
2. La gente tiene que alimentarse de forma más saludable.
3. Las personas deben buscar la soberanía alimentaria.
4. El medio ambiente debe ser cuidado y restaurado.

Esta visión se encuentra relacionada con una meta: la democratización de los productos orgánicos, lo cual se refiere a que toda la población debe tener acceso a consumir alimentos sin agroquímicos y producidos según las prácticas agroecológicas.

Desde la perspectiva de los entrevistados, la democratización de los productos orgánicos implica varios pasos. El primero es que existan más RAA en distintas zonas de la Ciudad de México. Así lo comentó un entrevistado: “Pues sí me gustaría [que hubiera más mercados alternativos en la ciudad]... es bueno porque ya es la libre competencia y la gente va a elegir dónde comprar y con quién comprar” (E02).

En segundo lugar está la reducción en los costos de sus productos, al mismo tiempo que se mantiene el objetivo de producir alimentos de calidad. Este paso es importante para los productores porque así los alimentos agroecológicos pueden llegar a diferentes estratos socioeconómicos, es decir, nuestros entrevistados siguen insertando a la producción orgánica en una dimensión social, caracterizada por la solidaridad y el acceso equitativo a estos tipos de productos. Así lo comentó

un agricultor de Milpa Alta, quien considera fundamental el surgimiento de más productores agroecológicos:

Creo que está bien que los productos sean orgánicos, pero tampoco podemos perder la dimensión social, no por ser orgánico un producto tendría que costar el doble o el triple de su precio normal, al contrario, al inicio pasaba eso porque eran minoría, entonces, si podemos ampliar más la gama de productores orgánicos, quizá podamos llegar a algún momento en el que el precio se ajuste para todo tipo de público. Creo que sería mejor que cada vez haya más productores orgánicos (E05).

Otra propuesta radica en la realización de sus propios insumos, este esfuerzo no solo funciona para un beneficio propio de autonomía alimentaria, sino que también reduce los costos de producción y, por lo tanto, contribuye a que bajen los precios del producto final. Un productor de La Magdalena Contreras comentó lo siguiente sobre la situación:

“Nos vamos adaptando a lo que tengamos localmente, al principio éramos de comprar muchos insumos y cosas, era mucha inversión fuerte, pero con el tiempo nos dimos cuenta que no era necesario, nos hemos ido enseñando a hacer tus semillas, a hacer tus insumos y a ir cambiando cositas en el sistema de riego, son muchos factores con los que evitamos contaminar y gastos innecesarios. Hemos aprendido a bajar nuestros costos de producción” (E03).

Un tercer elemento que consideran para que la democratización pueda llevarse a cabo, es que la gente concientice que una alimentación digna forma parte de sus derechos. Esto implica la responsabilidad de investigar de dónde provienen los alimentos y qué significa tener una buena alimentación. Sin embargo, sobre este tercer punto, los agricultores observan que hay un distanciamiento y desinterés por parte de la población en torno a los alimentos que consumen. En relación con este punto una productora de Xochimilco explicó:

No lo hemos visto como un derecho [el comer agroecológico], porque como consumidores nos es más fácil o le dedicamos más energía, tiempo e interés

a investigar qué teléfono nos vamos a comprar próximamente, qué carro es la mejor opción, pero como consumidores no hemos sido exigentes en decir, de dónde viene mi producto, cómo fue producido, por cuáles procesos pasó, qué impacto tiene, eso es una responsabilidad de nosotros como consumidores de cualquier cosa, una libreta, una playera, un jitomate, un chile, esa es nuestra responsabilidad, y como no la hemos tenido creo que el sistema, el mercado se ha aprovechado de esta situación en donde al final se ha vuelto una cuestión de estatus (E04).

Para lograr la democratización de lo orgánico, los productores están haciendo su parte; sería bueno que también las instancias gubernamentales ofrecieran apoyo a través de nuevas políticas públicas y campañas de difusión para que alimentos que promueven un modelo sostenible puedan llegar a personas de todas las edades y estratos sociales de México. Una idea basada en la experiencia de otros países sería implementar *Los proyectos colectivos a niveles comunitarios de consumo social*³⁰, en los que instituciones públicas como escuelas, hospitales y comedores sociales podrían distribuir este tipo de alimentación. Con ello, también estarían apoyando a productores locales en la mercantilización de sus alimentos y también le darían importancia a intereses colectivos dirigidos a establecer un modelo de vida más saludable para los seres humanos y amigable con el medio ambiente.

Los desafíos de producir orgánico

Si por un lado la práctica agroecológica se vincula para los entrevistados a un conjunto de valores altruistas y biosféricos, los cuales juegan un rol motivador en el estilo de vida elegido por los productores, por el otro lado, hay una serie de dificultades que emergen a lo largo de su experiencia y que es importante destacar en esta investigación.

³⁰ Para más información véase p. 28.

Entre los primeros desafíos a destacar está la dificultad de encontrar espacios que valoren y paguen a los pequeños productores lo que valen sus productos en términos de la calidad de su trabajo, es decir, faltan espacios que se rijan por los principios del comercio ético. Sobre el tema, un agricultor de Xochimilco comentó:

Yo vendía mis productos aquí en la comunidad en un mercado local, principalmente vendía jitomate, pero la competencia era desleal. Entonces me vi en la penosa necesidad y dije, pues creo que ya no voy a sembrar porque está muy barato el jitomate y no es negocio... volví a empezar la producción con jitomate y ya no estaba tan barato, pero no era lo que esperábamos, es un producto de calidad y hay que defenderlo poquito (E02).

Otra dificultad es la falta de conocimiento de los consumidores sobre los distintos productos y procesos que pueden caracterizar este tipo de producción de índole familiar, por ejemplo, el tipo de almacenamiento o la producción limitada. Al respecto, una agricultora del Mercado Alternativo de Tlalpan explicó: “Si eres pequeño pues a veces tienes poquito, a veces tienes nada más para ti, pero el consumidor a veces exige más y pues no tienes más” (E06).

Es de gran interés para los agricultores dar a conocer estas problemáticas y que se escuche su punto de vista, así lograrían que los consumidores entiendan mejor lo que conlleva ser un pequeño productor, y se podrían entablar mejores relaciones y diálogo entre productores y consumidores para que ninguno de los actores salga perjudicado.

Acerca de los intermediarios, los productores mencionaron que representan un desafío más, ya que los encuentran necesarios para la gran carga de trabajo que tienen, sin embargo, deben encontrarse en la misma sintonía de valores y visión que ellos para que el trabajo, que implica más que una simple comercialización, pueda funcionar. Así lo destacó este entrevistado del MAT:

Creo que eso [la relación directa entre productor y consumidor] te limita un poco como pequeño productor, porque como productor es bien pesado estar en el campo, estar transformando y estar vendiendo, entonces creo que es la limitante como pequeño productor no siempre tener tiempo de estar en el

mercado cumpliendo en esos espacios, creo que los mercados de productores son muy valiosos, pero también necesitan intermediarios que sean solidarios y éticos (E05).

La competencia desleal de algunos productores es algo que indudablemente también afecta a los agricultores en sus ventas y en la credibilidad de su producción, especialmente cuando los cultivos realmente no son agroecológicos o cuando los precios son excesivamente altos. Un ejemplo de este fenómeno lo comentó una agricultora de la Cooperativa Despensa Solidaria: “Muchos productores se están colgando de la agroecología y de lo orgánico, hay muchos productores que no son orgánicos y que se asumen como orgánicos porque es una oportunidad que tienen para sacarle mayor dinero” (E04).

De igual forma, un agricultor del MAT mencionó lo siguiente al respecto:

Me ha tocado algunas veces quien dice ser productor, y dices bueno pero esa variedad no crece en estas latitudes, ese tipo de hongo necesita unas especificaciones técnicas mayores a las que te estás refiriendo, entonces creo que ese tipo de inconsistencias que seguramente son por factores económicos, hace que la gente desvirtúe los mercados (E05).

Esto indica que existen agricultores “orgánicos” que no siguen valores altruistas y buscan fortalecer este sentido mercantil de lo orgánico para beneficiarse económicamente. Sin embargo, lo que se rescata es que los agricultores y agricultoras entrevistados se dan cuenta de este fenómeno, y están conscientes de que no comparten el mismo significado sobre la producción agroecológica.

Otra dificultad que han observado los productores es que los productos orgánicos en México todavía se vinculan con estatus sociales altos. Como señala Steg (2016), es una realidad que una parte del consumo de productos proambientales se debe a motivos de estatus, especialmente cuando las elecciones ambientales son costosas y se hacen públicamente. Esta situación afecta el verdadero sentido del trabajo de los agricultores ecológicos, que implica promover una consciencia sobre la importancia de una alimentación saludable y sustentable. Además, crea la falsa idea de que estos productos son excesivamente caros. Sobre este tema, una

entrevistada comentó: “Sí se vuelve una moda [lo orgánico], pero una moda muy cara, muy elitista, pero más bien debe ser ya una necesidad” (E06).

Igualmente, otra de las entrevistadas considera que esta moda existe debido al consumismo que promueve el sistema actual:

Por supuesto que está habiendo una moda, pero está basada en la desinformación y en este romanticismo que está alrededor de lo orgánico, pero creo que eso pasa porque como consumidores es más fácil desconocer y dejarnos mover por el consumismo porque nos da un estatus de vida (E04).

Ahora bien, los agricultores mencionaron sentirse inconformes con los requisitos monetarios para adquirir sellos (certificaciones) orgánicos, ya que son excesivamente caros para que pequeños productores los puedan obtener, e incrementan los precios de los alimentos, es decir, refuerzan el estereotipo de que lo orgánico es caro y que solo es orgánico si tiene esa validez institucional, imposible de conseguir sin un pago monetario. Debido a esto, algunos productores dentro de las RAA identifican a sus proyectos como agroecológicos, en lugar de orgánicos. Así lo manifestó una agricultora de Cuajimalpa:

Esto de lo orgánico viene a ser para los campesinos, para los productores locales algo que dificulta su inserción en el mercado, por ejemplo, nosotros no podemos decir que es un producto orgánico porque no tiene un sello, no estamos avalados ni respaldados por alguien que diga que es orgánico, una empresa. Entonces por eso decimos que es agroecológico, ya lo orgánico vienen con gente que lo puede adquirir, que puede adquirir ese sello, porque en realidad se incrementan los precios por ese sello que dice orgánico, y ese sello viene a devaluar un poco el trabajo de los campesinos y los productores locales que producen a menor escala. Y no es precisamente algo que intenta hacer un cambio en la forma de alimentación, sino que impone un precio y un costo, pocos pueden adquirirlo (E07).

Lo interesante es que la limitante de los sellos orgánicos no ha parado el trabajo de los agricultores, y han implementado una labor de seguimiento entre varios compañeros que se encuentran en la misma situación para poder avalar entre sí

mismos que sus productos son agroecológicos. Sobre este tema una agricultora de Xochimilco comentó lo siguiente:

Dentro de las discusiones era decidir si nosotros íbamos a trabajar con sellos o con certificaciones, y nos encontramos con una realidad, la de que para un pequeño productor, incluso para nosotros mismos, eso era un poco irreal, además de las contradicciones que vienen atrás de todas las certificaciones y los sellos. La primera justificación que tenemos a la postura política de por qué nosotros tenemos que pagar 30 mil pesos para garantizar a un consumidor que no usamos venenos es porque decidimos no envenenarnos nosotros como productores, y además no envenenar a quien consume nuestro alimento. De esa manera, ponemos nuestra postura de sí hay que hacer fichas técnicas, hay que hacer visitas de seguimiento y fortalecer el trabajo de la confianza con los compañeros productores, más allá de decir, yo te estoy evaluando o estás en la mira, más bien es como ¿qué necesitas?, ¿cómo estás ahora?, ¿cuáles han sido tus avances? y ¿qué necesitas para poder mejorar tus prácticas de producción? (E04).

A pesar de que la certificación participativa comenzó como un tipo de organización autogestiva de cada proyecto, ahora SENSICA (Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria) ofrece un reconocimiento que permite a las RAA contar con este tipo de certificación, como en el Mercado el 100 en donde todos los productores que participan “cumplen con los criterios establecidos desde el inicio de la asociación, basados en lineamientos nacionales e internacionales para fines de la Certificación Orgánica Participativa” (Mercado el 100, 2020)³¹. Este es un tema interesante de analizar para poder tener una regulación de lo orgánico que sea más realista con las necesidades de los agricultores y consumidores.

Lo que se ha visto en este apartado es que las motivaciones de los agricultores para llevar a cabo la producción agroecológica se relacionan con el cuidado de la salud, el cuidado del medio ambiente y la autosuficiencia alimentaria. En general, se encontró que todas apuntan hacia el mantenimiento de la vida, por ello

³¹ Para más información véase la página web: <https://mercadoel100.org/certificaciones/>

encuentran como necesidad primordial la democratización de lo orgánico en la actualidad. Al mismo tiempo, se trató el tema del conocimiento que los agricultores tienen sobre la producción convencional, y las dificultades culturales y sociales que existen para hacer la transición a una forma de producción orgánica o agroecológica. De igual forma, se mencionaron los desafíos que representa ser un productor agroecológico, en donde se rescataron las dificultades para ubicar los productos y los excesivos costos de los sellos. En el siguiente segmento se tratará la perspectiva a futuro que los productores agroecológicos tienen sobre las RAA.

4.2.3 ¡Sí hay futuro! Las RAA para alimentar la esperanza

En el último apartado del capítulo se hablará sobre la percepción a futuro que tienen los agricultores entrevistados con respecto a la permanencia de las RAA y al ejercicio de las prácticas agroecológicas. También se expondrán los nuevos aprendizajes que han tenido a la luz de la pandemia de SARS-COV-2.

Las RAA superan obstáculos

Primero, hay que mencionar que a pesar del tiempo y los inconvenientes –como la falta de difusión o el desconocimiento de la población acerca de los mercados alternativos y la producción agroecológica–, las RAA han logrado su permanencia en la Ciudad de México. Esto lo podemos ver con el Mercado el 100, que tiene 10 años de antigüedad, el Mercado Alternativo de Tlalpan con 7 años, y el más reciente proyecto que también ha superado varios obstáculos, la Cooperativa Despensa Solidaria, que en el 2020 celebró su cuarto aniversario. Es notable que cada vez más personas se interesan por proyectos que apoyan una producción más saludable y amigable con el medio ambiente. Sobre lo mencionado, un entrevistado del Mercado el 100 comentó: “Nos dimos cuenta desde la primera ocasión, desde que nos presentamos en la Roma que se veía futuro, se veía la clientela que busca. Ahora cada ocho días llegan clientes nuevos” (E03).

Con el anterior testimonio también se reafirma la importancia que cada vez más personas le dan al consumo de productos agroecológicos. Y no en todos los casos se trata de una moda o de alcanzar un estatus social alto, porque es un hecho que ahora hay mayor difusión de los proyectos alternativos por medio de las redes sociodigitales como Facebook e Instagram, y así puede llegar la información de contacto a un mayor número de personas de diferentes estatus sociales que se encuentren interesadas. Estas redes sociodigitales se han convertido en canales de comunicación muy importantes en la organización de las RAA, ya que son de fácil acceso para muchos habitantes de la Ciudad de México; de esta manera, es posible mantener el contacto entre los organizadores y continuar la relación con los usuarios. Al respecto, una agricultora de Xochimilco expresó:

Lo que veo ahorita es que hay más impacto en las redes sociales como Facebook o Instagram. Gracias a eso el mercado se ha dado a conocer un poco más porque antes pues sí se conocía, pero lo que le dio más vuelo fueron las redes sociales (01).

La producción agroecológica como un trabajo digno

En cuanto a la producción agroecológica, el fenómeno de encontrar a mucha gente joven practicándola representa para los productores algo positivo, a pesar de que tiempo atrás el trabajo agrícola era infravalorado y se prefería que los hijos tuvieran una profesión alejada del campo. Ahora, los productores ven un futuro más grato para las nuevas generaciones, ya que como vimos en el apartado anterior, la agroecología provee alimentos saludables, autosuficiencia alimentaria, conservación del medio ambiente y una forma de vida placentera. Con referencia a esto, un agricultor de Milpa Alta señaló:

Sí me gustaría [que los jóvenes o mis hijos practicaran la agricultura sustentable], lo he pensado muchas veces, pero creo que sí debe de ser una decisión propia, que tal si quiere ser abogado u otra cosa. Creo que es una forma muy bonita de vivir, y que justamente un movimiento hacia una

sociedad más agraria nos ayudaría a todos a algún tipo de crecimiento mundial (E05).

Esta visión es un cambio de pensamiento encaminado a otro estilo de vida, el cual se relaciona con que los productores desean que sus hijos y otros jóvenes sean independientes y, al igual que ellos, realicen una actividad para el beneficio tanto de la comunidad, como de ellos mismos.

Otro aspecto que manifiesta el futuro de la actividad agrícola es el bienestar que representa este trabajo para los agricultores. Y es que se ha visto en varias de sus afirmaciones que la producción agroecológica consigue, además de beneficios a la salud, económicos y ambientales, un beneficio emocional que alimenta la autoestima, así como lo expresó una entrevistada de Xochimilco:

Yo siempre he amado la tierra desde mis abuelos, y es pesado físicamente porque en el campo se tiene que soportar el calor y estar regando, pero cuando ves que tu producción se logró, y a lo mejor hasta una nueva variedad, es muy satisfactorio que uno mismo con sus propias manos pueda darle vida a algún fruto. Yo me pongo muy contenta (E01).

Incluso con las exigencias físicas del trabajo en el campo, y de las diferencias del estilo de vida que conlleva, en comparación con el de la ciudad cosmopolita, para los agricultores sigue siendo una actividad reconfortante. Esto demuestra el amor que tienen por su trabajo y el estrecho vínculo que establecen con la naturaleza. Además, destaca que los agricultores están apegados a su estilo de vida, a pesar de los esfuerzos que implica. De esta manera lo expuso el siguiente productor de La Magdalena Contreras:

No nos pesa pararnos temprano, subir todos los días, que nos caiga la tarde, la noche, porque esto es una bonita forma de vivir, la vida aquí en el campo, hay puro bosque, casi no pasan personas y trabajamos la familia, platicamos, tomamos nuestras horas de comida, convivimos, respiramos aire fresco todos los días, no nos estresamos, somos nuestros propios jefes, es algo maravilloso que nos ha sucedido... la verdad es que esto es vida, vivir en el campo, producir y comer de lo mismo (E03).

Producir de forma agroecológica es también para los productores una actividad que les causa orgullo porque se sienten parte importante de la sociedad, ya que benefician a la comunidad con su productividad, el cuidado de la salud y de la naturaleza. Esto quiere decir que los beneficios emocionales y de autovaloración, son importantes para la continuidad de su trabajo. Así fue como lo declaró un entrevistado: “Para mí es importante [producir de forma agroecológica] [...] porque eres parte del sector que debería ser más importante en esta conformación social, el de los productores de alimentos” (E05).

Nuevos aprendizajes en el 2020

El contexto de la pandemia ocurrida en el 2020 (año en que se realizaron las entrevistas) orilló a que los agricultores cambiaran su forma de organizarse para superar la crisis y adaptarse a las circunstancias. Esto refuerza su capacidad de dinamismo y perseverancia para realizar la actividad que les gusta, y al final constituye una fuente de ingresos importante para ellos. Sobre esta situación, una agricultora proveniente de Iztapalapa comentó:

Ahorita con el sistema que implementaron de entregas [en el mercado] creo que es bueno y está funcionando, así ya nada más tú platicas con el consumidor como a qué hora va a poder llegar, y ya te programas con el horario, eso está padre porque incluso puedes dar tu número de cuenta y ya te hacen los depósitos y ya no manejas dinero, creo que eso es más eficiente en tiempo (E06).

Dentro de los cambios también se implementó la entrega a domicilio, lo que ayudó a algunos clientes para no tener que salir de casa y poder recibir sus alimentos. Al respecto, un productor mencionó: “Ahora con esto de la pandemia es otro cambio porque ya están entregando a domicilio, ya tienen su tienda virtual y las personas que no pueden asistir al mercado ya pueden tener productos del mercado hasta su domicilio” (E03).

La situación de salud por la que está atravesando el país ha evidenciado la necesidad de tener una buena alimentación, consumiendo más frutas y verduras, que además estén limpias de químicos y tengan muchos nutrientes. Incluso este año se aceptó la modificación a la norma de etiquetado para alimentos y bebidas procesadas³², lo cual demostró la falta de alimentos saludables en los supermercados y tiendas de conveniencia. Esto manifiesta un futuro prometedor para los alimentos saludables, mientras se sigan exponiendo los productos que perjudican la salud. Así lo expresó un productor:

Ahorita con esto de la pandemia, el gobierno está volteando, que no coma frituras la gente, que coma verduras para las defensas del cuerpo, y qué bueno que están volteando y comentando que se deben de consumir verduras, ya no tantos productos elaborados (E02).

Sin embargo, hay que considerar que el cuidado del medio ambiente no ha resultado entre las prioridades del actual gobierno, promotor todavía de un desarrollo energético de los años 70 basado en energías fósiles. Este aspecto sigue preocupando a los agricultores, puesto que el cuidado de la naturaleza también es un propósito de las prácticas agroecológicas, que se relaciona directamente con el bienestar de una comunidad. Desde la perspectiva de los entrevistados, es necesario hacer una política más holística y coherente que vincule el cuidado del medio ambiente con un consumo más saludable. Como ejemplo, uno de los agricultores mencionó:

Hace falta la difusión constante, el gobierno u otras instancias educativas no son constantes. Nada más lo harán, así como repentinamente cada seis años, cinco años, no sé. Pero no, a lo orgánico sí deberían de darle difusión diaria, cada semana, es una gran necesidad cotidiana, es una necesidad no nada más de cuando hay una pandemia. No debe ser para muchas personas una moda, sino algo fijo, porque el consumo orgánico es de toda la vida, esto

³² Para mayor información véase la página web: <https://www.forbes.com.mx/negocios-norma-etiquetado-azucares-octubre/>

es desde la prehistoria, desde que apareció el primer hombre y empezó a generar alimentos desde lo natural (E03).

La valoración positiva que tienen los agricultores de sí mismos es un tema transversal que destaca en muchas entrevistas. Los entrevistados se consideran como un elemento social muy importante, ya que el alimento es indispensable para mantenernos vivos, y si es saludable aún mejor. Por ello a pesar de las circunstancias no pueden dejar de trabajar cada día. Esto representa la gran responsabilidad que sienten al producir alimentos agroecológicos. Así fue como lo expresó un entrevistado:

Ahorita en esto de la pandemia después del sector salud, que es el primer nivel más valioso ahorita, están arriesgando su vida médicos, enfermeros, camilleros, todos los que trabajan en ese sector salud. Después viene el otro factor alimentación, en donde también el productor, el campesino, pues debemos continuar todos los días y no podemos decir voy a hacer cuarentena, el campo es de diario, o comemos o comemos y se está reconociendo y valorando esta actividad (E03).

La escasez de alimentos agrícolas en los mercados y supermercados de la Ciudad de México fue algo real durante la pandemia. Por ejemplo, en la Central de Abasto de la Ciudad de México³³ cerraron muchos negocios porque la zona se había convertido en un foco rojo de contagio, y dado que la mayoría de los comerciantes se abastecen en este lugar, incluso los de otros estados del país, fue difícil encontrar en los mercados convencionales hortalizas comunes en la dieta de los mexicanos, como el jitomate, que además el poco que había tenía un precio muy elevado. El problema en realidad no estaba en la escasez de producción, sino en una incapacidad de distribución (Chávez, 2020).

En cambio, los agricultores orgánicos mantuvieron su producción y sus precios, esto propició que se incrementaran sus ventas, y se tuviera más consciencia y

³³ Considerada por la Unión Mundial de Mercados Mayoristas como el centro de suministro de alimentos más grande del mundo. Para mayor información véase la página web: <https://ficeda.com.mx/index.php?id=historia>

valoración, primero por la producción agroecológica que es más sana, segundo, por el consumo local que permite una distribución del producto menos costosa y dañina al medio ambiente, y tercero, por ser una compra directa al productor, quien se abastece de lo que él mismo produce. Esto quiere decir, que la crisis sanitaria logró hacer visible otro tipo de productos y de consumo en la Ciudad de México. Al respecto una entrevistada comentó:

Hubo mucho consumo y pánico, la gente pensaba que ya no iba a haber comida, centros comerciales se desabastecieron, o sea, dio oportunidad de evidenciar varias cosas. Nosotros subimos muchísimo, por ejemplo, en esta temporada tuvimos entregas como de 100 despensas, llegamos a mover hasta una tonelada y media por semana, o sea, fue una gran oportunidad, lo cual también nos evidenció a nosotros como redes de consumo, nuestras capacidades, nuestra importancia y nuestra necesidad de organizarnos como productores porque solos no lo íbamos a lograr, llegó a un grado en el que nosotros y los compañeros ya no teníamos producto para poder abastecer (E04).

No obstante, tiempo después que la producción se reguló y el pánico disminuyó, muchos clientes de las RAA regresaron a su forma habitual de consumo. No sabemos con certeza los porqués, pero como ya se ha mencionado, incluirse como consumidor en una RAA, no solo supone comprar, ya que existen una serie de relaciones solidarias que conforman la base de estos proyectos. Al respecto una agricultora de Xochimilco expresó:

Ahorita ya bajó mucho la venta, se está estabilizando porque la gente ya está saliendo a los mercados y además está de vacaciones, que también nos genera una necesidad de evaluar qué está pasando ahora, porque dejó claro que la gente en realidad consumía por miedo, no por solidaridad. Eso implicaba que había gente que se enojaba o te decía cosas horribles porque estaba acostumbrada a la lechuga de supermercado o a ciertas cosas, incluso a la existencia; si de repente por temporada hubo algún problema con un producto, pues el producto no llegaba al cliente, a pesar de que

hemos explicado a la gente que no somos un supermercado. Eso provocó que mucha gente estuviera inconforme aunque tratábamos de explicarle, no lográbamos cubrir sus expectativas, Al final, aunque nosotros nos tratábamos de apoyar con otras redes, siempre había algo que no le agradaba al consumidor (E04).

Para finalizar los tres segmentos, es importante resaltar que en la perspectiva a futuro de la agroecología y las RAA, los agricultores tienen una predisposición positiva porque ven en su trabajo una actividad muy valiosa, que les causa sensaciones de bienestar y además es fundamental para una vida digna. Es así que a pesar de las dificultades, tanto productores como mercados han seguido laborado, innovando y creciendo.

Relación entre prácticas y valores

A manera de conclusión de este capítulo, se destaca la relación que existe entre las prácticas llevadas a cabo por parte de los agricultores, sus valores y el tipo de sociedad que prefiguran en las RAA. Como se observó en el capítulo anterior, las prácticas prefigurativas se caracterizan por una continua búsqueda –por parte de los protagonistas– de coherencia entre los medios y los fines. Esto significa que las prácticas realizadas por los agricultores que participan en las RAA adquieren una dimensión política, debido a que consiguen crear alternativas políticas en el “aquí y ahora”, es decir, forman parte de su vida cotidiana. Así como se ha destacado en otros apartados de la tesis, esto nos lleva a enmarcar las prácticas desarrolladas en las RAA como formas de activismo alimentario de base (Gravante, 2015; Poma y Gravante, 2016).

En la Tabla 4 se destacan algunas de estas prácticas prefigurativas abordadas en el capítulo, las cuales insertan una forma de accionar en el presente. Una de las principales prácticas que realizan los agricultores es la búsqueda de conexión con los consumidores, aquí resalta su valoración por la amistad, el respeto y su preocupación por crear comunidad, ya que por medio de esta dinámica pretenden

borrar los límites de las clases sociales y las jerarquías, así como, impulsar una alimentación saludable y sustentable para todos. Ligada a esta práctica se encuentra el compartir experiencias y aprendizajes. Este ejercicio, como se observó a lo largo del capítulo, se lleva a cabo con consumidores, productores orgánicos o convencionales y personas interesadas en general, lo que demuestra (además de las anteriores consecuencias), un deseo de que el conocimiento sea considerando un bien común a disposición de todos. Asimismo, otra práctica ha sido el trabajo colectivo y apoyo mutuo que ofrecen los agricultores, esto les ha servido para construir y hacer realidad sus metas a través de la autogestión. También disfrutaban llevar a cabo el trueque, porque mediante esta actividad externalizan valores como la solidaridad y la libertad; en consecuencia fomentan un tipo de economía alternativa, en la cual predomina el beneficio colectivo.

Para estos agricultores también es cotidiano trabajar bajo el principio del comercio justo y las cadenas cortas de producción; con ello demuestran justicia, respeto, lealtad y honestidad, ya que mantienen precios acordes con el trabajo realizado y el valor de uso. A través de estas prácticas manifiestan una forma de resistencia ante el modelo capitalista-neoliberal, esto quiere decir que actúan en contra de la superexplotación laboral y ambiental. Otras prácticas son la inclusión, el dinamismo y la flexibilidad, que han aportado al mantenimiento de las RAA, puesto que a partir de ellas, muchas personas son capaces de integrarse a la comunidad e ir fomentando el cambio. Es así como las redes cambian de acuerdo con las nuevas propuestas y necesidades tanto de los productores orgánicos, como de los prosumidores.

Por último, las prácticas agroecológicas son la particularidad de estos productores en los mercados, con ellas logran construir una realidad en la que desarrollan autosuficiencia alimentaria. De esta forma, se manifiestan en contra de la pérdida de biodiversidad, al mismo tiempo que adquieren independencia, la capacidad de cuidar el medio ambiente y de preservar la salud de las personas. Además, estas prácticas representan para los agricultores una oportunidad de democratizar los

productos agroecológicos para que más personas se beneficien, es decir, que la sociedad pueda encaminarse accesiblemente a un mundo más sustentable.

Tabla 4

Relación entre las prácticas y los valores de los agricultores

Práctica	Valor	Prefiguración
Compartir experiencias y aprendizajes	Respeto y Tolerancia	El conocimiento es considerado como un bien común a disposición de todos.
Trabajo en colectivo Apoyo mutuo	Respeto, Tolerancia, Responsabilidad y Solidaridad	Crear relaciones sociales horizontales. Aprender a organizarse para conseguir metas en común (autogestión).
Trueque	Solidaridad y Libertad	Fomentar la economía solidaria, el beneficio mutuo, la colectividad y la construcción de una soberanía alimentaria.
Conexión entre productores y consumidores	Respeto, Solidaridad y Amistad	Romper las barreras de clase y el individualismo. Promover una alimentación saludable y sustentable para todos.

Comercio Justo Cadenas cortas de producción y consumo	Justicia, Respeto, Lealtad y Honestidad	Dar preferencia al valor de uso. Mantener una competencia leal basada en la honestidad y el respeto al otro.
Inclusión	Respeto y Tolerancia	Las diversidades son vistas como elemento enriquecedor. Buscar el bienestar colectivo.
Dinamismo y flexibilidad	Perseverancia y Compromiso	Crear redes sociales que se adapten a los acontecimientos.
Prácticas agroecológicas	Respeto, Solidaridad, Libertad y Perseverancia	Cuidar la salud y la naturaleza. Desarrollar seguridad, soberanía y autosuficiencia alimentaria. Impulsar la democratización de los productos orgánicos.

Conclusiones

La presente investigación se diseñó con el principal objetivo de conocer cómo es que los agricultores urbanos interpretan su experiencia en las redes alimentarias alternativas (RAA) de la Ciudad de México, también llamadas mercados alternativos. Se debe aclarar que uno de los límites que tuvo esta investigación fue el de trabajar con una muestra pequeña, y debido a la emergencia por la pandemia de SARS-COV-2 hubo un contacto limitado con los agricultores urbanos.

A pesar de las restricciones de salud pública y gracias a la disponibilidad de los productores, se lograron analizar aspectos de las RAA hasta ahora poco considerados, es decir, lo que significan y cómo se estructuran estas redes para los productores agroecológicos urbanos. En una primera parte se utilizó la encuesta para poder visualizar a los agricultores de los proyectos, los cuales no habían sido estudiados con anterioridad, por lo tanto existía un vacío de información sobre quiénes son. Este acercamiento se llevó a cabo con un total de 18 encuestados; también esta técnica metodológica fue importante porque permitió la selección de los casos de estudio y de los agricultores que posteriormente serían entrevistados.

Para una segunda fase fue seleccionada la herramienta cualitativa de la entrevista a profundidad, con el fin de comprender las experiencias de las RAA a partir de los significados que los productores les asignan, de tal forma que pudieran ser analizadas y entendidas desde un enfoque social, emocional y cultural, para desligarse del económico. Esto debido, a que en el estado del arte existente sobre las RAA, predominan las investigaciones basadas en las relaciones de compra-venta que se desarrollan dentro de las mismas. Así que, una de las justificaciones de la investigación es conocer qué hay más allá de estas relaciones económicas, cómo construyen los integrantes de las redes una propuesta alternativa para vivir (en este caso los agricultores urbanos) y desde qué valores.

Vista la situación en la que el enfoque economicista ha limitado el entendimiento de estos proyectos, se considera oportuno desarrollar un marco teórico en el cual se utilice la literatura sobre el activismo de base, en particular el activismo urbano

alimentario, y el enfoque de la prefiguración política. La primera perspectiva está encargada de analizar el surgimiento y desarrollo de las experiencias alternativas vinculadas a la forma de producción, distribución y consumo de los alimentos en las ciudades, y la segunda perspectiva contempla el análisis de pequeños grupos activistas, los cuales están cambiando su entorno día a día en su accionar cotidiano, esto significa que debe existir una coherencia entre sus prácticas y valores, es por ello que desde este enfoque se propuso observar otra cara de las RAA.

Los resultados que surgieron de este trabajo son importantes y vigentes para la sociedad actual, en donde las experiencias urbanas de activismo alimentario están creciendo, y en especial porque los estudios urbanos, específicamente en el tema de RAA, han sido poco trabajados en Latinoamérica.

Un primer resultado a destacar, el cual surge del mapa cualitativo elaborado a partir de las encuestas, es que los agricultores son en su mayoría adultos jóvenes de 26 a 35 años y viven en la Ciudad de México, lo que demuestra que la agricultura es una actividad que está recuperándose en la ciudad con motivaciones claras: fomentar la diversidad de cultivos que promuevan la conservación de una identidad cultural, obtener conocimiento sobre la producción de los alimentos que se consumen, contrarrestar los efectos de la revolución verde y la agricultura convencional, y por último, emprender en la construcción de redes de productores, que tengan la finalidad de crear comunidad y ayudar a otros agricultores. No obstante, desde los datos se destaca que la agricultura es un trabajo al que usualmente se llega por tradición familiar, mientras que la adopción de la agroecología sucede cuando la actividad agrícola es reapropiada por las nuevas generaciones y por lo tanto transformada, debido al impacto del sistema neoliberal.

Todos los intereses anteriormente mencionados, manifiestan el rechazo al proyecto hegemónico de carácter social, político, económico y cultural en el que vivimos, que es el capitalismo neoliberal. Así que las nuevas generaciones de agricultores urbanos buscan un modelo alternativo de sociedad.

Por otro lado, también los datos dieron a conocer que usualmente los agricultores urbanos que utilizan prácticas agroecológicas tienen problemas para ubicar sus

productos en los mercados populares, esto provoca su invisibilización al no poderse adaptar en comercios convencionales. Gracias a los resultados de las entrevistas a profundidad, encontramos que los mercados alternativos han sido el punto de encuentro de los productores, en donde han aprendido y enseñado, esto les ha permitido tener mayor visibilización y fuerza para impulsar sus causas. Por lo tanto, estos espacios representan para ellos una construcción importante para hacer visible su presencia en la ciudad, ya que es el lugar donde se reflejan sus valores y su identidad colectiva, además les ha permitido crecer, aprender, agruparse, informar, relacionarse y expandir su causa.

Sin embargo, siguen existiendo deficiencias en la visibilización de los mercados alternativos y los productores urbanos, porque es poco el apoyo que los gobiernos y las instancias gubernamentales les han brindado a estas experiencias para que sigan creciendo, a su vez también es poca o nula la difusión que pueden tener en medios masivos de comunicación.

Debido a las características de las redes alimentarias alternativas, estas representan una comunidad para los agricultores, espacio donde comparten, se apoyan mutuamente y trabajan en colectivo. Sus particularidades, llevaron a considerarlas como Zonas Temporalmente Autónomas (TAZ), espacios en donde se crean cambios en las relaciones sociales en el aquí y ahora. Esto se sustenta, por ejemplo, cuando le dan vida al trueque dentro del mercado, ya que las condiciones sociales de la comunidad formada se los permite, y así logran llevar a cabo un intercambio en donde ponen sus propias reglas. Por su parte, esta dinámica también es interesante porque significa que el trueque puede formar parte de una economía alternativa funcional en el presente. El análisis de esta práctica podría contribuir a enriquecer el diálogo a nivel internacional sobre el activismo alimentario y las RAA.

Regresando al tema de la TAZ, se debe mencionar otro aspecto destacado en la investigación, el cual ha sido el análisis sobre cómo las RAA y las prácticas promovidas por lo agricultores construyen futuros posibles en el ahora. Como se observó a lo largo del último capítulo, entre los productores hay una constante

congruencia entre sus valores, sus prácticas, y el mundo en el que desean vivir; esto lo manifiestan, tanto dentro como fuera del mercado. Entonces se encontró que la prefiguración política que construyen tiene una relación muy estrecha con el respeto, la solidaridad, la libertad, la independencia, la justicia, el amor, la amistad, y la perseverancia. Estos valores, en acciones concretas se traducen en que los productores son muy importantes para el impulso de prácticas en contra del cambio climático, la obesidad, la diabetes, la malnutrición, la contaminación de los suelos, la preponderancia del valor de cambio sobre el valor de uso, entre otras que van dirigidas a la construcción de un mundo alternativo.

Además de la práctica del trueque, la creación de bancos de semilla colectivos y la realización de los propios insumos demuestran una gran motivación que tienen los agricultores urbanos y no fue mencionada en las encuestas, esta es la construcción de su autonomía. Este interés se plasma en diferentes partes de su vida, ya sea estando en el mercado o no. Es así que, al profundizar en la perspectiva de los agricultores nos encontramos con un gran interés por la independencia, pero sin dejar de lado el trabajo en colectivo.

Desde los datos, también se destaca que los agricultores y las agricultoras consideran el trabajo colectivo como una actividad complicada, sin embargo, han encontrado valor en esta práctica porque les permite tener una conciencia del otro, lo cual se encuentra vinculado su sentido de solidaridad. En consecuencia, luchan por continuar trabajando en colectivo, a pesar de las complejidades que encuentran por venir de diferentes lugares y tener distintas opiniones. En esta dirección, también ha sido importante la unidad para conseguir metas en común, porque las RAA no se construyen solo con productores trabajando individualmente, incluso no es suficiente contar con productores y productoras organizados, esto va más allá, y de ahí que buscan la participación de personas de todas las edades que quieran formar parte de la comunidad, para así darle un sentido aún más fuerte y grande a la misma, incluso más complejo, pero al final definitivamente más benéfico, porque pueden participar productores, organizadores, consumidores o asistentes, ya sean niños, jóvenes o adultos. Esto demuestra que la participación dentro de las redes

es inclusiva y fomenta distintas formas de relacionarse sin importar edad, género, clase social, etc.

Al recolectar los testimonios y analizarlos, se reafirma que la actividad de las RAA tiene intenciones muy importantes, en aspectos sociales, políticos y culturales, por ello no debe ubicarse simplemente como un espacio de moda o en donde únicamente se realizan acciones de compra-venta de alimentos. De hecho, los agricultores buscan que exista mayor impulso agroecológico tanto en la producción como en el consumo, porque creen que es importante para conseguir calidad de vida para todos y un mundo sustentable para todos, por lo tanto, intentan cambiar condiciones a las que se enfrentan como la falta de espacios para los mercados alternativos y su sectorización.

El enfoque subjetivo y narrativo para comprender a los agricultores de las RAA, es decir, un sector invisibilizado socialmente (Salgado, 2015) permitió observar un panorama distinto sobre ellos, ya que la investigación no se limitó a conocer sus motivaciones económicas, sino que se consideraron sus emociones (las cuales fueron mayoritariamente positivas) y reflexiones de diferentes ámbitos de la vida. Es así como los datos demuestran que las experiencias de las RAA promueven sentimientos de bienestar en los productores, quienes buscan que se reproduzcan dentro de la comunidad.

Como se ha expuesto anteriormente el estudio de las RAA y de los sujetos que las componen no es muy divulgado en la academia mexicana, a pesar de ser un fenómeno social que se está expandiendo rápidamente en las ciudades del país. Teniendo como punto de partida esta investigación y los resultados presentados, se podrían abrir dos líneas generales de investigación. Una, por ejemplo, que podría abarcar el impacto de las RAA en las prácticas alimentarias, de consumo, y el desarrollo de valores biosféricos en los consumidores. Otra, sería profundizar en la relación entre prácticas y valores presentes en las RAA para comprender cuáles podrían ser los mecanismos sociales que nos pueden llevar a mejorar las relaciones que tiene nuestra sociedad con la naturaleza.

En el caso particular de la Carrera de Ciencias de la Comunicación también existen diversas áreas de investigación desde las cuales las RAA pueden ser estudiadas, los agricultores orgánicos logren ser visibilizados y los espacios urbanos alternativos consigan ser mejor entendidos. Por este motivo, serán compartidos temas de investigación y acción, que puedan convertirse en áreas de oportunidad para los estudiantes de comunicación interesados por las problemáticas que se tratan en esta investigación, con el objetivo de promover las investigaciones interdisciplinarias y de esta forma enriquecer el conocimiento e impulsar el quehacer social.

Los temas que se abordarán son seis planteamientos que surgen de los resultados de la investigación. Cabe resaltar que con la información recopilada y los datos obtenidos se pueden encontrar más temas para profundizar en el campo de la comunicación, por ello también se invita a los interesados a leerla con la intención de profundizar sobre las RAA y los agricultores agroecológicos de la Ciudad de México.

El primer tema es acerca de los jóvenes agricultores de la Ciudad de México. Como se observó en las encuestas, sus motivaciones no relacionadas con la tradición familiar, fueron el anclaje para comenzar a trabajar como productores agroecológicos. Esto, aunado a la falta de mensajes eficientes para promover la construcción de sociedades tolerantes, respetuosas, solidarias, entre otros valores que tienen los agricultores, abre la puerta para conformar una investigación significativa; la cual implicaría indagar si las motivaciones por conocer de dónde vienen los alimentos o de rescatar la diversidad autóctona, ha sido influenciada por algún discurso, mensaje o campaña. De esta forma se podrán ubicar puntos clave en el mensaje, que lograron interesar a las personas en una problemática social y/o medioambiental, para posteriormente trasladar ese interés hacia una forma de acción alternativa, como lo es la implementación de proyectos agroecológicos auto-gestionados.

Otra cuestión que también se rescata de las encuestas realizadas es la alerta sobre la pérdida de cultivo en las zonas chinamperas, siendo que fue la zona menos

mencionada entre los agricultores. En este caso sería bueno indagar más al respecto, conocer cuáles son las causas, qué está pasando con estas zonas en las Ciudad de México, y tal vez posteriormente incluso construir a la realización de una campaña social que promueva la participación de los ciudadanos en la recuperación de la tradición de cultivo en chinampa.

Como tercer punto se encuentra la desconfianza hacia la producción agroecológica, que de acuerdo con los agricultores se ha creado por distintas circunstancias, entre ellas el entendimiento de lo orgánico como una moda y como un estilo de vida elitista. En este caso se debería profundizar más en la población para conocer sus percepciones y experiencias, con el objetivo de crear estrategias de comunicación para que la gente pueda tener otra visión de lo orgánico/agroecológico, en la que sienta que sus valores altruistas y bioesféricos se reflejan. De esta forma se podría agrandar la comunidad dentro de las redes, más allá de únicamente promover el consumo. Al mismo tiempo desde esta perspectiva se debe considerar que las aperturas a las redes deben incrementarse fuera del nicho de las clases socioeconómicamente altas, como lo comenta Salgado (2015).

No podría faltar la parte digital de las redes sociales, siendo un tema de actualidad que además fue mencionado por varios agricultores. En este caso, se debe medir el impacto y eficacia de las redes socio-digitales en proyectos locales y alternativos, para comprender si más allá de ser eficientes para el consumo logran que las personas se interesen por una causa, y al final tratar de comprender qué tanto influyen en la toma de decisiones. En el caso específico de los mercados alternativos y los agricultores, se podría analizar si este medio funciona para que las personas se integren a la red o también para conocer si conduce a que más productores transicionen hacia una producción agroecológica.

En cuanto a las experiencias alimentarias alternativas en plataformas digitales, actualmente sobresalen proyectos como Cheaf y OLIO, de los cuales también se puede obtener información relevante para conocerlos, compararlos y agregarlos a las experiencias de RAA que se configuran en la Ciudad de México.

Otro tema presente en los resultados de la investigación fue la comunicación horizontal, por lo tanto, se podrían analizar los alcances que tiene este tipo de comunicación en proyectos alternativos y activismos de base, de forma que principalmente se pueda conocer las situaciones positivas que fomenta dentro del proyecto como a su alrededor. Este tema de análisis se relaciona con lo que dicen varios autores como Lockie (2013) sobre explorar las prácticas que promueven la inclusión, y optar por rescatar las partes positivas de los proyectos, en lugar de considerarlos inservibles para la construcción de sociedades tanto más justas como empáticas al priorizar sus limitantes y contradicciones.

Por último, también hay que considerar la falta de comunicación con el gobierno que mencionaron los agricultores. Por un lado, estos proyectos se construyen y salen adelante sin ayuda directa del gobierno –debido a esto son considerados como activismos de base–; por otro lado, muchas veces el gobierno obstaculiza el desarrollo de los proyectos cuando no los reconoce. Así que, examinar lo que pasa entre gobierno y proyectos alimentarios alternativos en términos de comunicación lograría encontrar formas para convivir, en las cuales los intereses de los pequeños proyectos no sean afectados por políticas públicas mal planteadas o simplemente por la indiferencia y desinterés que el gobierno tiene hacia ellos.

En conclusión, hay mucho por contribuir hacia las RAA, los agricultores orgánicos, y la sociedad en términos de calidad de vida, protección de recursos naturales y seguridad alimentaria.

Referencias

- Acuña, O. y Meza M. (2010). Espejos de la crisis económica mundial: La crisis alimentaria y las alternativas de los productores de granos básicos en México. *Argumentos*. 23 (63), 189-209.
- Altieri, M. y Nicholls, C. (2012). Agroecología: Única esperanza para la soberanía alimentaria y la resiliencia socioecológica. *Agroecología*, 7 (2), 65-83.
- Balsiger, P. y Lambelet, A. (2014). Participant observation. En Della Porta, D. (Coord.), *Methodological Practices in Social Movement Research* (pp. 144-172) Oxford: Oxford University Press.
- Barnes, G. (2009). The evolution and resilience of community-based land tenure in rural Mexico. *Land Use Policy*, 26 (2), 393-400.
- Beaulac, J., Kristjansson, E., y Cummins, S. (2009). A systematic review of food deserts, 1966-2007. *Preventing chronic disease*, 6 (3), A105.
- Bey, H. (1985). *The Temporary Autonomous Zone, Ontological Anarchy, Poetic Terrorism*. New York: Autonomedia.
- Blee, K. (2013). Interviewing Activists. En A. Snow, D., della Porta D., Klandermans, B. y McAdam, D. (Coords.), *Blackwell Encyclopedia of Social Movements*. (pp.603-6) Oxford: Blackwell.
- Bogdan, R. y Taylor, S. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Boggs, C. (1977). Marxism, prefigurative communism and the problem of workers control. *Radical America*, 11 (6), 99–122.
- Breines, W. (1989). *Community and Organization in the New Left 1962–1968: The Great Refusal*. Estados Unidos: Rutgers University Press.
- Castells, M. (24 de julio de 2001). Globalización y antiglobalización. *El País*. Recuperado el 10 de septiembre de 2019, de https://elpais.com/diario/2001/07/24/opinion/995925606_850215.html
- Castronovo V. (2012). *1960: Il miracolo economico*. Bari: Laterza editori.
- Ceccon, E. (2008). La revolución verde tragedia en dos actos. *Ciencias*. 1 (91), 21-29.

- Chávez, S. (29 de abril de 2020). Denuncian escasez en centrales de abastos del Edomex. *La jornada*. Recuperado el 10 diciembre de 2020, de <https://www.jornada.com.mx/ultimas/estados/2020/04/29/denuncian-escasez-en-centrales-de-abastos-del-edomex-8129.html>
- Counihan, C. y Siniscalchi, V. (eds.) (2014). *Food Activism. Agency, Democracy and Economy*. London/New York: Bloomsbury.
- Della Porta, D. (2010). *L'intervista qualitativa*. Rome: Laterza.
- Della Porta, D. (2014). In-depth interviews. En Della Porta, D. (Coord.), *Methodological Social Movements* (pp.228–261) Oxford: Oxford University Press.
- Della Porta, D., Andretta, M., Mosca, L. y Reiter, H. (2006). *Globalization from Below. Transnational Activists and Protest Networks*. Minneapolis: University of Minnesota.
- Delfín, M. (2010). Un breve comentario sobre la historia de los tianguis y mercados de México. Recuperado el 20 de marzo de 2020, de https://www.historiacocina.com/paises/articulos/mexico/tianguis.htm#_ftn1
- Delind, L. (2013). Critical Reflection and Civic Discourse within and across the Alternative Food Movement. *The International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 20 (3), pp. 391-396.
- Dettman, R. y Dimitri, C. (2007). *Organic Consumers: A Demographic Portrayal of Organic Vegetable Consumption within the United States*. Presentado en la 105 edición del Seminario International Marketing and International Trade of Quality Food Products, Bologna, Italia, 8-10 de marzo.
- Díaz, H. (1997). *La rebelión zapatista y la autonomía*. México: Siglo XXI
- Emerson, R. (1983). *Contemporary fields research*. Boston: Little Brown.
- Epstein, B. (1991). *Political Protest and Cultural Revolution*. Estados Unidos: University of California Press.
- Escalante, R. y González, F. (2018). El TLCAN en la agricultura de México: 23 años de malos tratos. *Revista Ola Financiera*. 11 (29), 85-104.
- Estrada, M. (2011). El levantamiento zapatista de 1994. *Arqueología mexicana*. Recuperado el 18 de noviembre de 2019, de

<https://arqueologiamexicana.mx/mexico-antiguo/el-levantamiento-zapatista-de-1994>

- FAO, FIDA, UNICEF, PMA y OMS, (2018). *El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo. Fomentando la resiliencia climática en aras de la seguridad alimentaria y la nutrición*. Roma: FAO.
- Farber, S. (2014). Reflexiones sobre la política prefigurativa. *Nueva Sociedad* (251), pp. 70-86.
- Food First (2014). Green Revolution. *Food First*. OAKLAND, CA: Institute for Food y Development Policy. Recuperado el 18 de noviembre de 2019, de https://foodfirst.org/wp-content/uploads/2014/04/FoodFirst_primer_GreenRev_Final.pdf
- Gallo, G., Corvino, R. y Monicchia, R. (1998) "Crescita, crisi, riorganizzazione. L'industria alimentare dal dopoguerra ad oggi", en Capatti A., De Bernardi, A. y Varni, A. (eds.), *Storia d'italia, Annali 13: l'alimentazione*. Turin: Einaudi Editore.
- García, R. (2015). *Tianguis alternativos locales en México, como puntos de encuentro micropolítico: en la búsqueda de posibilidades de vida en el presente*. (Tesis doctoral). Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Puebla.
- Gliessman, S. (2013). Agroecología: plantando las raíces de la resistencia. *Agroecología*. 8 (2), 19-26.
- Goodman, E., Dupuis, M. y Goodman, M. (2011). *Alternative food networks. Knowledge, practice and politics*. Estados Unidos: Routledge.
- Gracia, M. y Horbath, J. (2014). Un recorrido por las experiencias de trabajo asociativo autogestionado en el sur de México. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 11 (73), 171-190.
- Gravante, T. (2015). Interconnections between Anarchist Practices and Grassroots Struggles. *Interface: a Journal for and about Social Movements*, 7 (1), 247-255.
- Gravante, T. (2019a). Prácticas emergentes de activismo alimentario en la Ciudad de México. *Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, (28), 105 -125.
- Gravante, T. (2019b). Prácticas y redes de autonomía alimentaria en la Ciudad de México: un acercamiento etnográfico. *Interdisciplina*. 7 (41), 163-179.

- Gravante, T. (2020). Activismo alimentario y prefiguración política: las experiencias de las redes alternativas alimentarias en la Ciudad de México. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. 25 (50). 11-28.
- Gravante, T. y Poma, A. (2019a). “Vuestro tiempo se está acabando y el nuestro está empezando” Huelga climática 2019. *Movimientos e Instituciones* [30 de septiembre de 2019]. Recuperado de: <http://movin.laoms.org/2019/09/30/tiempo-empezando-huelga-climatica/>
- Gravante, T. y Poma, A. (2019b). Movilizaciones sociales ante la crisis climática: encuentro de generaciones. *Movimientos e Instituciones* [17 de junio]. Recuperado de: <http://movin.laoms.org/2019/06/17/movilizaciones-sociales-crisis-climatica/>
- Gravante, T. y Poma, A. (2020, en prensa). La nueva ola de movimientos climáticos: desde los movimientos transnacionales al activismo urbano. *Agua y Territorio*. 16.
- Grain (2015). Reformas energéticas. Despojo y defensa de la propiedad social de la tierra. Recuperado el 18 de noviembre de noviembre de 2019, de https://issuu.com/grain.org/docs/reformas_energeticas_final
- Guthman, J. (2007). From the Ground Up: California Organics and the Making of Yuppie Chow. En D. Maye, L. Holloway y M. Kneafsey (coords.), *Alternative Food Geographies: Representation and Practice* (pp. 241-254) Londres: Elsevier.
- Harvey, D. (2005). *Breve historia del Neoliberalismo*. [Traducido al español de A Brief History of neoliberalism]. Madrid, España: Akal.
- Harvey, D. (2012). *Ciudades rebeldes. Del derecho de la ciudad a la revolución urbana*. [Traducido al español de Rebel Cities. From the Right to the City to the Urban Revolution]. Madrid, España: Akal.
- Holt, E. y Altieri, M. (2013). Agroecología, soberanía alimentaria y la nueva revolución verde. *Agroecología*. 8 (2), 65-72.
- Ibarra, J. (1993). ¿Hacia el fin del derecho y el corporativismo agrario? En Chacón Hernández, D. y Mestries Benquex, F. (Coords.), *Debate sobre las reformas al agro mexicano*. (pp. 21-46) México: Universidad Autónoma Metropolitana.

- Ilbery, B. y Maye, D. (2005). Food Supply Chains and Sustainability: Evidence from Specialist Food Producers in the Scottish/English Borders. *Land Use Policy*, 22, 331-344.
- Johnston, J. (2008). The citizen-consumer hybrid: Ideological tensions and the case of Whole Foods Market, *Theory and Society*, 37, pp. 229-270.
- Johnston, J., Cairns, k. (2013). Searching for the 'alternative', caring, reflexive, consumer. *The Internacional Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 20, (3), pp. 403-408
- Johnston, J., Szabo, M. y Rodney, A. (2011). Good food, good people: understanding the cultural repertoire of ethical eating, *Journal of Consumer Culture*, 11(3), pp. 293-318.
- Johnston, J. (2014). "The Wal-Mart Effect on Organics: A Defense of Large Scale Organic Production". *Duke Environmental Law & Policy Forum*, 24 (3): 241-279.
- Kerlinger, F. y Lee, H. (2002). *Investigación del comportamiento. Métodos de investigación en ciencias sociales*. México: Mc Graw Hill.
- Leach, D. (2013). Prefigurative politics. En Snow, D., Della Porta, D., Klandermans, B. y McAdam, D. (coords.), *The Wiley-Blackwell Encyclopedia of Social and Political Movements*, Chichester: Wiley-Blackwell.
- Little, R., Maye, D. y Ilbery, B. (2010). Collective purchase: moving local and organic foods beyond the niche market, *Environment and Planning A*, 42, pp. 1797-1813.
- Lockie, S. (2013). Bastions of withe privilege? Reflections on the racialization of Alternative Food Networks. *The Internacional Journal of Sociology of Agriculture and Food Food*, 23, (3), pp. 409-418.
- Lockie, S. y Collie, L. (1999) 'Feed the man meet': gendered food and theories of consumption. En Burch, D., Goss, J. y Lawrence, G (coords.), *Restructuring global and regional agricultures: transformations in Australiasan agri-food economies and spaces*, Aldershot: Ashgate.
- López, D. (2015). *Producir alimentos reproducir comunidad, redes alimentarias alternativas como formas económicas para la transformación social y ecológica*. Madrid, España: Libros en Acción.

- López, H. (1988). La metodología de la encuesta. En Galindo, L. (Coord.), *Técnicas de investigación en sociedad cultura y comunicación* (pp. 33-73). México: Pearson.
- Maeckelbergh, M. (2011). Doing is believing: Prefiguration as strategic practice in the alterglobalization movement. *Social Movements Studies*, 10 (1), pp. 1 – 20.
- Marsden, T., Banks, J., y Bristow, G. (2000). Food supply chain approaches: Exploring their role in rural development. *Sociologia Ruralis*, 40, 424 – 38.
- Maye, D. (2013). Moving Alternative Food Networks beyond the Niche. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 20 (3), 383-389.
- Maye, D., Holloway, L. y Kneafsey, M. (2007). *Alternative food geographies: representation and practice*. Reino Unido: Emerald.
- Maye, D. y Kirwan, J. (2010). Alternative Food Networks, *Sociology of Agriculture and Food*, *Sociopedia.isa*. Recuperado el 4 de octubre de 2019, de <http://www.sagepub.net/isa/resources/pdf/Alternative%20Food%20Networks.pdf>
- Melucci, A. (1996). *The Playing Self: Person and Meaning in the Planetary Society*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Navarro, L. y Desmarais, A. (2009). Crisis y soberanía alimentaria: vía campesina y el tiempo de una idea. *El Cotidiano*. (153), 89-95.
- O'Reilly, K. (2009). *Key Concepts in Ethnography*. London: Sage.
- Pardo, J. y Durand, L. (2019). Consumir y resistir. Los mercados alternativos de alimentos en la Ciudad de México. En Durand, L., Nygren, A. y De la Vega-Leinert, A. (coords.), *Naturaleza y neoliberalismo en América Latina* (pp. 467 – 503). México: UNAM 467-503.
- Patel, R. (2013). The Long Green Revolution. *The Journal of Peasant Studies*. 40 (1), 1-63.
- Phillips A. (2012). Visual Protest Material as Empirical Data. *Visual Communication*, 11(1), 3-21.
- Pianta, M. y Marchetti, R. (2007). The Global Justice Movements: The Transnational Dimension. En della Porta, D. (Ed.), *The Global Justice Movement: A Cross-National and Transnational Perspective* (pp. 29-51). Boulder, Co: Paradigm.

- Picado, W. (2012). En busca de la genética guerrera. Segunda Guerra Mundial, cooperación agrícola y Revolución Verde en la agricultura de Costa Rica. *Historia Agraria*. 56, 107-134.
- Picado, W. (2014). Los significados de la revolución. Semántica, temporalidad y narrativa de la revolución verde. *Historia Ambiental Latinoamericana y Caribeña*. 3 (2), 490-521.
- Pleyers, G. (2018). *Movimientos sociales en el siglo XXI*. Buenos Aires: CLACSO.
- Poma, A, y Gravante, T. (2019). 25 años del movimiento zapatista: desde el desencanto a la digna rabia. *ONTEAIKEN. Boletín sobre prácticas y estudios de acción colectiva*. (27), 1-5.
- Poma, A. y Gravante, T. (2016). "Fallas del sistema": Un análisis desde abajo del movimiento anarcopunk en México, *Revista Mexicana de Sociología*, 78 (3), 437-467.
- Roldan, H., Gracia, M., Santana, M. y Horbath, J. (2016). Los mercados orgánicos en México como escenarios de construcción social de alternativas. *Revista Latinoamericana*. 15 (43), 581-609.
- Salgado, R. (2015). Agricultura sustentable y sus posibilidades en relación con consumidores urbanos. *Estudios sociales*, 23 (45), 114-140.
- Santos, A. (2014). *El patrón alimentario del libre comercio*. México: UNAM, Instituto de Investigaciones Económicas, CEPAL.
- Saraví, G. (2008). Mundos aislados: segregación urbana y desigual en la Ciudad de México. *Revista Eure*, 34 (103), 93-110.
- Schwentenius, R. y Gómez, M. (2015). La red mexicana de tianguis y mercados orgánicos. Renovando sistemas de abasto de bienes de primera necesidad para pequeños productores y muchos consumidores. *Revista Ciencias de la Salud*, 24, 98-110.
- Souza (1993). En Chacón Hernández, D. y Mestries Benquex, F. (Coords.), *Debate sobre las reformas al agro mexicano*. (pp. 21-46). México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Steg L. (2016). Values, Norms, and Intrinsic Motivation to Act Proenvironmentally. *The Annual Review of Environment and Recourses*: 41, 277-292.

- Suarez-Balcazar, Y., Martinez, I., Cox, G. y Jayraj, A. (2006). African Americans' views on access to healthy foods: what a farmers' market provides, *Journal of Extension*, 44 (2).
- Torquati, B., Viganò E. y Taglioni, C. (2016) Construction of alternative food networks for organics products: A case study of "Organized Groups of Supply and Demand", *New Medit: Mediterranean Journal of Economics, Agriculture and Environment*, (4), 53-62.
- Vázquez, A., Trinidad, D. y Merino, F. (2018). Desafíos y propuestas para lograr la seguridad alimentaria hacia el año 2050. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*. 9 (1),175-189.
- Vázquez, V. (2020). Género y privatización del ejido en San Salvador Atenco, México. *Perfiles Latinoamericanos*. 28 (55), 335-348.
- Viana, N. (28 de agosto de 2019). El gobierno de Bolsonaro ha convertido a Brasil en un paraíso para los pesticidas. *The New York Times*. Recuperado el 20 de octubre de 2019, de <https://www.nytimes.com/es/2019/08/28/espanol/america-latina/bolsonaro-pesticidas-brasil.html>
- Warman, A. (2001). *El campo mexicano en el siglo XX*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Yates, L. (2014). Rethinking prefiguration: Alternatives, micropolitics and goals in social movements, *Social Movements Studies*, 14 (1), 1-21.

Anexo 1

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Esta encuesta tiene la finalidad de recolectar datos para realizar un proyecto de investigación acerca de los agricultores de la Ciudad de México que distribuyen sus productos en los mercados alternativos.

Las respuestas que se ubiquen dentro de un rectángulo se elegirán marcándolas con una X.

Fecha:

Estudiante responsable: Atenea Ortiz Cossío

Mercado:

Folio:

Productos que distribuye:

Nombre:

Edad:

Función en la empresa/proyecto:

1. ¿Cómo se llama su proyecto?

2. ¿Dónde produce? (Incluir alcaldía si son de la CDMX)

3. ¿De dónde es originario?

4. ¿Hace cuánto tiempo comenzó a vender en este mercado?

5. ¿Cuántos integrantes de su familia participan en el proyecto, y qué función desempeña cada uno?

Hombres	Función
Mujeres	

6. ¿Hay alguna otra persona que no sea de su familia y participe en el proyecto?
Si la respuesta es 'sí', ¿qué función desempeña esa persona?

Sí	No
----	----

7. ¿En qué tipo de espacio cultiva? (Ejemplo: chinampa, huerto, invernadero, campo, etc.)

8. ¿Es alquilado o propio?

Alquilado	Propio
-----------	--------

9. ¿La actividad que realiza surge de una tradición familiar?

Sí	No
----	----

10. Si la respuesta fue 'no', ¿cómo es que se involucró en la agricultura?

11. ¿Desde hace cuánto tiempo se dedica a esta actividad?

12. ¿Qué otros productos cultiva?

13. ¿Realiza algún proceso de transformación en los productos y cuál es?

Sí	No
----	----