

Estudios Sociales

Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional

Volumen 30, Número 56. Julio - Diciembre 2020
Revista Electrónica. ISSN: 2395-9169

Artículo

El rol de los actores en mercados locales
y campesinos de México y Colombia

The role of actors in local
and farmers markets in Mexico and Colombia

DOI: <https://dx.doi.org/10.24836/es.v30i56.1029e201029>

Héctor Nicolás Roldán-Rueda*
<http://orcid.org/0000-0003-3726-5910>

Fecha de recepción: 31 de agosto de 2020.
Fecha de envío a evaluación: 18 de septiembre de 2020.
Fecha de aceptación: 07 de octubre de 2020.

*Desarrollo y Aprendizaje Solidario A. C.
Departamento de investigación.
Dalias 6103, Col. Bugambilias.
Puebla, Puebla, México.
Tel: 2461549566
Dirección: nicoroldan19@gmail.com

Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, A. C.
Hermosillo, Sonora, México.



Resumen:

Objetivo: analizar y contrastar los roles y formas de incidencia de los participantes en seis mercados locales y campesinos de México y Colombia a partir de trayectorias, motivaciones y estrategias diversas. **Metodología:** el diseño metodológico privilegia la tradición cualitativa a partir del uso de diferentes herramientas e instrumentos para la recolección y análisis de la información, tomando como referente la perspectiva centrada en el actor y los estudios de caso, permitiendo recuperar y contrastar las voces de sus protagonistas en torno a roles, contextos y las formas de participación. **Resultados:** las trayectorias, experiencias e intereses de las participantes de estos mercados incide en la configuración de prácticas productivas, comerciales, organizativas y de consumo, dando lugar a estrategias diversas frente a problemáticas similares. **Limitaciones:** las particularidades de los contextos en los que se ubican estas experiencias, las trayectorias de quienes asumen determinados roles y las coyunturas que enfrentan, hacen que las funciones, objetivos y estrategias se transformen continuamente. **Conclusiones:** la heterogeneidad y dinamismo de los participantes permite reconocer en estos espacios la posibilidad de transitar hacia relaciones y vínculos que van más allá del mercado, adquiriendo sentidos e intereses diversos entre sus participantes.

Palabras clave: desarrollo regional; roles; espacios de comercialización; trayectorias; campesinado; formas de participación.

Abstract

Objective: Analyze and contrast the role of the participants in six local and farmers markets in Mexico and Colombia based on six common roles with diverse trajectories, motivations and strategies. **Methodology:** The methodological design privileges the qualitative tradition from the use of different tools and instruments for the collection and analysis of information, taking as a reference the perspective focused on the actor and the case studies, allowing to recover and contrast the voices of its protagonists in around roles, contexts and forms of participation. **Results:** From the common roles, it is possible to identify the virtues, challenges and obstacles of the participants in the configuration of these experiences. Trajectories, interests, relationships, among others, allow us to identify common elements and particularities of each context, which allow us to analyze different strategies around similar problems. **Limitations:** The particularities of the contexts in which these experiences are located, the trajectories of those who assume certain roles and the situations they face, make the functions, objectives and strategies of some roles adapt frequently. **Conclusions:** The heterogeneity and dynamism of the participants allows us to recognize in these spaces the possibility of moving towards relationships and ties that go beyond the market, acquiring different meanings and interests among their participants.

Keywords: Roles, commercialization spaces, trajectories, peasantry, forms of participation

Introducción

En las últimas décadas, mercados locales y campesinos han recuperado espacios físicos y simbólicos en el campo y la ciudad. Algunas de estas experiencias han alcanzado cierto grado de consolidación a partir del tipo de vínculos, acuerdos y relaciones que se dan entre sus participantes (García y Gracia 2019; López, 2012; Roldán, Gracia, Santana y Horbath, 2016; Sevilla, Soler, Gallar, Vara y Calle, 2012). Analizar quiénes participan dentro de estos espacios, de qué forma lo hacen y cómo se relacionan permite identificar potencialidades, retos y ausencias.

A partir de la caracterización de las¹ participantes de seis experiencias de producción, comercialización y consumo en México y Colombia se identificaron roles que aparecen de manera frecuente en las formas de participación e incidencia. La posibilidad de integrar contextos contrastantes permite indagar en las formas en las que, frente a problemáticas, situaciones y actores similares, se desarrollan estrategias y vínculos diversos. Productores, transformadores, intermediarios, consumidores, promotores y organizaciones de apoyo y actores externos, principalmente, participan dentro de este tipo de mercados, diferenciándose principalmente por las trayectorias individuales y colectivas, el tipo de vínculos con las etapas del proceso productivo, los espacios organizativos y de toma de decisiones, así como en la percepción frente a procesos y demandas en torno a la alimentación, el campesinado, la soberanía alimentaria, la agroecología, la agricultura orgánica, entre otros.

En este trabajo se presentan, en primer lugar, el marco teórico que da lugar al análisis y la discusión, reconociendo en los roles, vínculos y relaciones entre los participantes elementos transversales que retoman la noción de reconocimiento y autoreconocimiento, como base para indagar en las formas de participación a partir de trayectorias, intereses y motivaciones individuales

¹ A lo largo del texto se utilizará indistintamente “las” o “los” para referirse a quienes participan de estas experiencias toda vez que están integradas por hombres y mujeres.

y colectivas. Posteriormente se presenta el diseño metodológico, junto con los casos de estudio y el trabajo de campo. El apartado de discusión y resultados aborda cada uno de los roles a partir la forma en que se configuran e inciden dentro de estas experiencias. Finalmente, se presenta un apartado de conclusiones en el que se reconoce en la heterogeneidad de sus participantes una de las principales virtudes y potencialidades para explorar estrategias que permitan apuntalar estas experiencias en diferentes contextos, privilegiando elementos territoriales.

Marco teórico

Introdujimo la noción de “rol” con la intención de recuperar la capacidad de agencia de los actores a partir de la posición que ocupan dentro de cada experiencia y el tipo de funciones que desempeñan y porque, además, “Es el rol lo que va a hacer que una función, con sus mismas obligaciones y metas, sea desempeñada de forma diferente por distintas personas” (Podcamisky, 2006, p. 181). Se reafirma de esta manera la posibilidad de diseñar estrategias diferenciales frente a problemáticas similares (Long, 2007). La importancia de indagar y explorar los alcances y limitaciones de los roles permite identificar las expectativas, motivaciones y trayectorias, además de reconocer que las formas de participación requieren obligatoriamente de otro con el cual interactuar. Por lo tanto, “participar es una acción dialéctica e histórica” (Pérez y Oraison, 2013, p. 13) que se pone en juego en la construcción colectiva de proceso y expresa la posibilidad de transformar las realidades de sus participantes, permitiendo la consolidación de actores sociales que pugnen políticamente por otras realidades, en donde sean reconocidos visibilizados y, por ende, desde donde puedan transmitir sus demandas.

La participación dentro de estos espacios da lugar a estrategias que permitan enfrentar problemáticas a partir del diseño de estrategias caracterizadas por la diversidad de sus participantes, o bien reafirmar escenarios más próximos al disciplinamiento que a la emancipación (Pérez y

Oraison, 2013), en el caso de experiencias que crean altos grados de dependencia institucional. El reconocimiento de sujetos y actores individuales y colectivos que participan en mercados locales y campesinos permite visibilizar sus formas organizativas, sus objetivos y estrategias de acción y participación en escenarios socioculturales, políticos, económicos a nivel local, regional y nacional. Al mismo tiempo, su invisibilización constituye un obstáculo para la disputa de estos escenarios, caracterizados por lógicas de dominación y homogenización. De acuerdo con Frasser (1997), esta negación de la diversidad se manifiesta en la subordinación cultural y económica:

Las normas culturales injustamente parcializadas en contra de algunos están institucionalizadas en el Estado y la economía; de otra parte, las desventajas económicas impiden la participación igualitaria en la construcción de la cultura, en las esferas públicas y en la vida diaria. (p. 6)

En ese sentido, el reconocimiento y autoreconocimiento son puntos de partida para indagar en los alcances teóricos y empíricos de la noción actor y sujeto, así como las consecuencias de su invisibilización en torno a procesos o experiencias que apuntan a la transformación de estructuras sociales que niegan su importancia. En ese sentido, la capacidad de actuar o de constituirse en actor pasa por la posibilidad de tener derechos dentro de una estructura social determinada (Ema, 2004). La ausencia del reconocimiento, en términos prácticos, se refleja en la forma en la que el campesinado, sus prácticas, saberes y espacios de acción han sido negados y privados del reconocimiento político dentro de los marcos constitucionales de México y Colombia.² Esta situación ha dado lugar a que las demandas y reivindicaciones de los movimientos campesinos giren en torno a su reconocimiento (Matijasevic y Ruiz, 2012). Para ello, el autoreconocimiento

² En un trabajo, aún no publicado, desarrollo una descripción del papel del campesinado en las constituciones y censos poblacionales y agrícolas de algunos países latinoamericanos, para evidenciar su ausencia y la importancia de su reconocimiento como actor político.

constituye un elemento indispensable dentro de la configuración de los procesos organizativos y las diferentes expresiones de lucha y reivindicación que emergen desde el campesinado y que en ocasiones se manifiestan por fuera de los marcos normativos.

El autoreconocimiento puede ser interpretado como “un acto originario de autoafirmación a partir del cual un sujeto empírico se ‘pone a sí mismo como valioso’, es decir, se constituye como sujeto” (Castro-Gómez, 1996, p. 110). A partir de allí, deja de contemplarse a sí mismo como medio, para empezar a valorarse como un fin, el individuo pasa por un proceso de toma conciencia en la que la propia situación a la que se enfrenta le permite hacer uso de sus recursos para transformar las estructuras sociales que identifica como determinantes para proyectarse dentro del contexto en el que se ubica (Castro-Gómez, 1996; Rauber, 2001). Para definir un sujeto dentro de un contexto determinado, no basta con identificar las formas de dominación o subordinación a las que se enfrenta, sino que requiere reconocer sus posibilidades de acción y transformación (Ema, 2004). La capacidad de actuar sobre las relaciones sociales, los contextos y el tipo de articulaciones habilitan la transformación de los marcos legales, culturales, simbólicos y les permiten constituirse en actor (Giménez, 2006).

De acuerdo con los contextos específicos en los que se ubican, los actores plantean demandas individuales y colectivas dando lugar a la emergencia de equivalencias en otros actores (Laclau y Mouffe, 1987), dando lugar a la emergencia de escenarios para la formación colectiva de voluntades, “En ese sentido importa precisamente investigar cómo se forman las voluntades colectivas permanentes y cómo tales voluntades se proponen fines concretos inmediatos y mediatos, es decir, se proponen una línea de acción colectiva” (Gramsci, 1975, p. 85). Es acá donde las articulaciones cobran un sentido práctico para la transformación de las problemáticas y necesidades que expresan sus actores, a partir de la búsqueda de estrategias que permitan integrar

particularidades de cada experiencia con el objetivo de generar procesos colectivos contra-hegemónicos alternativos.

Es necesario, entonces, ahondar en la acción colectiva como el mecanismo a través del cual un grupo de personas que comparten intereses comunes, se organizan en estructuras formales o informales con el objetivo de diseñar acciones movilizadoras bajo determinadas condiciones sociales, políticas y económicas que incidirán en la configuración de dichas acciones (Jiménez y Ramírez, 2010; Melucci, 1999; Tilly, 1978). Para que surja una acción colectiva es necesario identificar intereses compartidos, individuales (mejorar los ingresos, ampliar la producción, abastecer un mayor número de mercados) o colectivos (enfrentar el control y concentración de los procesos productivos, transmitir demandas y reivindicaciones en escenarios de participación política), que logre la implementación de mecanismos de decisión y participación, con el objetivo de transitar de la reflexión y la autoorganización a la acción, en la que se logran crear y reforzar vínculos y articulaciones con otros actores sociales en contextos específicos (García, 2013).

Para Giddens (1979), situar las acciones en un lugar y contexto determinado habilita la posibilidad de atribuir responsabilidad y consecuencias, lo cual permite indagar en “quién” está participando y “qué” efecto genera, y “cómo” lo está haciendo, es decir, bajo qué lógicas, principios y acuerdos, en diferentes momentos y bajo diversas circunstancias. La posibilidad de transformación que está presente en las acciones de los actores, implica que la estructura en la que se encuentran inmersos no es rígida y, por lo tanto, actuar supone modificar relaciones (Deleuze y Parnet, 1997).

Adicionalmente, la referencia a lo local nos sitúa de manera intencionada en lugares concretos y, por lo tanto, en escenarios que se encuentran demarcados por la historicidad de quienes habitan dichos lugares (Zemelman, 2006), permitiendo recuperar las trayectorias y experiencias de

vida de sus protagonistas. De acuerdo con Escobar “el lugar continúa siendo una importante fuente de cultura e identidad; a pesar de la dominante deslocalización de la vida social” (2010, p. 73). De esta manera, a partir de particularidades se configuran vínculos y relaciones que en algunos casos logran ser expresadas a través de demandas, estrategias de incidencia y mayores grados de participación, además de fortalecer elementos identitarios que habilitan dispositivos de apoyo y solidaridad entre individuos y colectividades (Taylor, 2001; Honnet, 1996)

Este tipo de expresiones se fortalece a partir de la convergencia de diversos actores sociales en torno a determinadas formas de entender la política y el ejercicio del poder, dando lugar a la conformación de nuevas expresiones organizadas de lucha que procuran redefinir su participación en el espacio público (Castro-Gómez, 1996). Caracterizadas por la búsqueda de un poder alterno que les permita decidir autónomamente sobre formas de vida y de trabajo que respondan a sus necesidades más personales. En este contexto se da la construcción de un espacio público en donde aparecen expresiones de solidaridad, organización, participación y diálogo, de redes horizontales guiadas por principios y valores de justicia, respeto, reciprocidad. Para ello, la descentralización de las formas de ejercer el poder y la toma de decisiones facilita el diseño de estrategias frente a los problemas concretos de cada experiencia (Castro-Gómez, 1996).

Por otro lado, de manera transversal, guían este trabajo diversos aportes y discusiones en torno a: 1) el mercado y formas de economías sociales y solidarias (Gracia y Pozzio, 2014; Mance, 2003; Coraggio, 2002; Razeto, 2006), desde donde se analizan los vínculos y relaciones que se construyen en algunas de estas experiencias, guiadas por principios de solidaridad, reciprocidad y respeto, expresando que “las relaciones sociales establecidas por la economía de mercado son tan sólo una opción histórica para la construcción del orden y la sociabilidad humana, y que por tanto han existido y podrían existir formas alternativas de organización social” (Lahera, 1999, p. 32); 2)

el campesinado y su papel en la participación y recuperación de espacios físicos y simbólicos, retomando algunas de las discusiones entre autores clásico (Marx, Lenin, Chayanov, Kautsky, Mariátegui) y otros que han aportado elementos a partir de evidencias y análisis más recientes (Sevilla, Toledo, Gonzales, Bernstein, Ploeg). Finalmente, 3) la forma en que los procesos productivos se integran y transforman en diversos contextos y territorios (Rosset y Martínez, 2016; Mançano, 2014; Machado, 2013; Haesbert, 2013).

Metodología

Este trabajo integró elementos teóricos y prácticos de la tradición cualitativa. Ello se refleja en cada una de las etapas de la investigación y el uso de herramientas que permitieran explorar los procesos sociales y los actores involucrados a partir de sus trayectorias, recursos, contextos y motivaciones. Se retomaron aspectos de la investigación cuantitativa con el objetivo de describir contextos y situaciones específicas relacionadas con la realidad del campesinado. Este trabajo recupera los aportes del estudio de caso y de la perspectiva centrada en el actor como hoja de ruta para el desarrollo metodológico. El estudio de caso es uno de los métodos de investigación en las ciencias sociales más tradicionales, utilizado tanto en investigación cualitativa, como cuantitativa, diferenciándose entre sí por la forma en que se recolecta y analiza la información (Gundermann, 2001; Becker, 1979). Particularmente, los estudios de caso múltiples se llevan a cabo con el objetivo de estudiar varios casos a la vez para analizar la realidad que se desea explorar, describir, explicar, o modificar (Yin, 1994), en este trabajo, la posibilidad de indagar en experiencias de comercialización en diferentes contextos permitió identificar y caracterizar los principales roles que emergen entre sus participantes, reconociendo particularidades y especificidades propias de cada contexto, tanto a nivel individual, como colectivo y su incidencia en la transformación de los procesos productivos y la reivindicación del campesinado.

El enfoque centrado en el actor permite analizar la forma en la que en las mismas o similares circunstancias estructurales desarrollan formas sociales diferentes que inciden en la manera en la que los actores intentan encarar o lidiar con determinadas situaciones. Una de sus ventajas es que “empieza a partir del interés de explicar las respuestas diferenciales a circunstancias estructurales similares, aun cuando las condiciones parezcan más o menos homogéneas” (Long, 2007, p. 43). Esta propuesta metodológica permite analizar la articulación que existe entre las trayectorias de los individuos, los contextos, los grupos, las formas económicas que desarrollan, las posturas y formas de incidencia política, así como los mecanismos internos de diálogo y participación y el papel de las prácticas culturales (Hernández, Ramos y Pineda, 2012). Para la recolección y análisis de la información se identificaron roles que permitieran analizar sus formas de participación e incidencia: productores, transformadores, intermediarios, consumidores, promotores, organizaciones de apoyo y actores externos. Durante el trabajo de campo se utilizaron guías de observación, entrevistas semiestructuradas y diarios de campo. En total, se realizaron 54 entrevistas (tabla 1) durante días de mercado, visitas a las unidades de producción, eventos académicos e institucionales, entre otros espacios.

Tabla 1.

Número de entrevistas de acuerdo a roles identificados y experiencias

Caso	Productores	Promotores*	Intermediarios	Actores externos	Total
Colombia	18	6	4	3	31
Mercados Campesinos	12	3	n/a	2	17
AgroSolidaria Bogotá	2	1	2	1	6
AgroSolidaria Socotá	4	2	2	0	8
México	12	6	1	5	24
Agroecológico de José María Morelos	2	2	n/a	2	6
Tianguis el Mayab	4	1	n/a	1	6
Tianguis alternativo de Puebla	6	3	1	2	12
Total	30	12	5	8	55

*Solo se hace referencia a quienes desarrollan exclusivamente funciones de promotores, pese a que muchos productores y actores externos también participan de estas funciones. Fuente: elaboración propia a partir de trabajo de campo

Con las entrevistas y guías de observación (tabla 2) se identificó la percepción de las participantes según sus funciones y formas de participación a partir de los ejes y categorías de análisis. Adicionalmente, hubo diálogos informales con las personas que visitan este tipo de experiencias, logrando de esta manera integrar elementos de análisis.

Tabla 2.
Ejes/categorías de análisis

Organización/ prácticas organizativas	- Tipo de organización – estructura organizativa - Visibilidad dentro de los contextos locales- regionales-nacionales - Percepción frente a las etapas del proceso productivo
Prácticas para la articulación y vinculación	- Tipo de actores involucrados - Formas de apoyo y de participación - Percepción de los participantes frente al proceso/frente al apoyo-alianza - Motivos e incentivos asociados a los apoyos - Temporalidad de los apoyos
Prácticas productivas	- Tipo de producción (acceso y tenencia de la tierra, abastecimiento y tipo de insumos, relaciones de producción) - Funciones (hombres, mujeres, jóvenes) - Vínculos con la comercialización - Procesos de certificación - Acceso a la información - Diversificación y transformación de productos - Percepción frente a las etapas del proceso productivo
Comercialización e intercambio	- Tipo de intercambios/intermediación - Diversificación espacios de venta- Vías, medios de acceso y distancia a mercados - Mecanismo de precios/seguridad de venta - Acceso a transporte e información - Percepción frente al intermediario - Vínculo urbano-rural - Percepción frente a las etapas del proceso productivo
Consumo	- Tipo de consumidor - Relación con los consumidores - Percepción frente a las etapas del proceso productivo
Aspecto estructurales	- Incidencia y reconocimiento político - Cambios y conflictos sociales, políticos y económicos - Efectos del modelo agroalimentario

Fuente: elaboración propia a partir de diseño de trabajo de campo.

Posteriormente la información recabada fue sistematizada y analizada con el programa para análisis cualitativo Atlas.Ti. 7.5.6, en donde una de sus virtudes, junto con el enfoque metodológico seleccionado permitió la triangulación con fuentes secundarias de información: censos y encuestas agropecuarias de cada país, así como datos generados previamente por investigaciones y programas de apoyo institucional (Ordoñez, 2011; Rosset, 2013; Parrado y Molina, 2014) e investigaciones para tesis de maestría y doctorado en las que se desarrollan aspectos puntuales de alguno de los casos seleccionados (Chaparro, 2014; Reina, 2013; Pereira, 2014, entre otros). Para esta etapa se diseñaron 86 códigos de análisis generados en las diferentes etapas del trabajo, logrando identificar elementos comunes y contrastantes a lo largo de la investigación.

Casos de estudio y trabajo de campo

Para este trabajo se seleccionaron seis experiencias organizativas, de producción, comercialización y consumo ubicadas en diferentes contextos de Colombia y México, tres en cada país (grafica 1). A partir de un diagnóstico previo se seleccionaron aquellas experiencias que contaran o hubiesen contado con vínculos con diferentes actores a nivel local y regional. El estudio de caso fue definido a partir de la categoría “mercados locales y campesinos con vínculos en lo local-regional”. Este enfoque permitió articular el papel que juega el mercado como un espacio en disputa en el que confluyen diversos actores y prácticas, con la importancia de los vínculos y articulaciones con procesos más amplios y su incidencia en la emergencia de cada experiencia.



Grafica 1. Casos de estudio. Fuente: elaboración propia.

En Colombia el trabajo de campo se realizó en el segundo semestre de 2016, tiempo en el que se logró un acercamiento con diferentes actores y procesos en torno al proceso Mercados Campesinos y la Confederación AgroSolidaria Colombia. Estas experiencias vienen realizando

esfuerzos organizativos, productivos, de comercialización y consumo, así como procesos de relevo y complementariedad productiva y organizacional, incidencia política y rescate de prácticas y conocimientos. El caso de Mercados Campesinos, es uno de los procesos emblemáticos del campesinado de la región central del país,³ en donde participaron diferentes procesos organizativos regionales.⁴ Este proceso se vio afectado por el cambio de alcalde en el año 2016, situación que dio lugar a la reconfiguración de los procesos organizativos y al diseño de nuevas estrategias, vínculos y formas de participación a nivel local.

AgroSolidaria es una comunidad económica solidaria del sector agroalimentario que integra, en una estructura confederada, a pequeños productores, procesadores, distribuidores y consumidores dentro del circuito económico solidario enmarcado en los principios filosóficos de la socioeconomía solidaria, la agroecología y el comercio justo campo-ciudad. Su presencia a nivel nacional alcanza más de 18 departamentos en los que se integran familias a lo largo del circuito agroalimentario. Para este trabajo se seleccionaron dos seccionales ubicadas en la capital del país, y en el municipio de Socotá, Boyacá, una de las regiones agrícolas más importantes del país.

En México, durante el primer semestre de 2017 se visitó el Tianguis⁵ Agroecológico de José María Morelos y el Tianguis el Mayab, ubicados en el estado de Quintana Roo, y el Tianguis Alternativo de Puebla. Los dos primeros se caracterizan por tener un vínculo cercano con instituciones académicas, el Alternativo de Puebla, si bien surge a partir del interés de diversos académicos, ha logrado consolidar un proceso participativo entre sus integrantes.

³ La Región Central de Colombia incluye los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Meta y Tolima.

⁴ Comité de interlocución campesina y comunal, integrado por: Fundación San Isidro, Federación Nacional Sindical Unitaria Agropecuaria (Fensuagro), Federación Nacional de Cooperativas Agropecuarias (Fenacoa), Asociación Nacional de Ayuda Solidaria (ANDAS), Acción Campesina Colombiana (ACC), Asociación Mercados Campesinos del Oriente del Tolima (Asomercamp); Alianza Campesina y Comunal, integrada por: Asociación Nacional de Mujeres Campesinas, Negras e Indígenas de Colombia (ANMUCIC), Asociación Departamental de Usuarios Campesinos de Cundinamarca (ADUC), Mutual Comunal Agroalimentaria (Agrocomunal); además de múltiples Comités Campesinos Municipales.

⁵ La palabra tianguis viene del náhuatl tianquiztli, que quiere decir mercado

Discusión y resultados

Las experiencias seleccionadas permiten analizar elementos vinculados con los roles de los actores que participan en su configuración. Si bien existen roles bien definidos, otros se mezclan y expresan estrategias de participación tanto en lo productivo como en lo organizativo, logrando de esta manera potenciar procesos complementarios. La selección de los roles se basó en el análisis y sistematización de la información y su articulación con las categorías y ejes de análisis.

Productores: campesinos y agricultores urbanos

En las experiencias analizadas se utiliza la categoría “productor” para referirse a quienes abastecen de hortalizas, frutas, café, miel, huevos, tortillas, arepas y quesos a estos mercados. Es común que esta categoría integre diferentes tipos de productores caracterizados por la forma en la que se autoreconocen (campesinos, indígenas, agricultores urbanos y periurbanos), por el tipo de funciones que desarrollan (productor-transformador, productor-intermediario, productor-promotor) o por las características del tipo de producción que practican (productor orgánico, productor agroecológico, productor local).

Las campesinas participantes se caracterizan por trabajar y vivir en contextos rurales, sin embargo, también es recurrente la presencia de campesinos desplazados quienes se han integrado a partir de su participación en procesos de agricultura urbana. De acuerdo a las entrevistas realizadas, los productores de origen campesino poseen unidades de producción que no superan las cinco hectáreas y donde las actividades de producción, transformación y comercialización se caracterizan por integrar mano de obra familiar.

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

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

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

Para los productores, participar en estos espacios representa una oportunidad para obtener mayores ingresos, brindando cierta seguridad durante la etapa de comercialización.

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

Pese a que para muchos productores participar en estos mercados representa una opción, la mayoría continúan circulando una cantidad considerable de sus productos por los canales convencionales, principalmente a través de los intermediarios. Entonces, si no logran resolver el tema de la comercialización, ¿por qué continúan participando? La respuesta está en otro tipo de vínculos y significados que le atribuyen los productores a su participación, entre ellos, la posibilidad de dialogar, intercambiar inquietudes, experiencias y saberes con otros productores, así

como obtener información que les permita acceder a otros espacios de comercialización. También, porque a su participación le han integrado demandas y reivindicaciones en torno al campesinado, la alimentación y la identidad. Al mismo tiempo, han integrado aspectos relacionados con el cuidado de la naturaleza y de la salud, con la recuperación de valores como la confianza, el respeto, la justicia y la solidaridad en las relaciones sociales. Además de la preservación de la memoria productiva de los antepasados a partir del rescate de prácticas, saberes, recetas y usos tradicionales de los alimentos.

El papel de las productoras, además de abastecer espacios de comercialización, implica poner en juego otras funciones y formas de participación dentro de prácticas organizativas, productivas y de consumo que se reflejan en lo cotidiano. De esta manera, es posible identificar la forma en que productores expresan demandas y reivindicaciones colectivas ante diferentes actores.

Lo que buscamos es rescatar esos saberes, pero con un análisis político muy profundo, que cuestiona la dependencia que se va generando de paquetes [tecnológicos], semillas, mercados donde los que perdemos somos los campesinos (Productor - promotor, Mercados Campesinos, Colombia, junio 2016).

De manera particular, en los casos ubicados en Colombia, los procesos organizativos han permitido que cada vez más productores participen de manera activa, permitiendo que los productores logren transmitir demandas y reivindicaciones campesinas en los diferentes espacios en los que participan.

El tema económico es importante pero no es la esencia, la esencia es el compromiso con nuestros hermanos y hermanas campesinas, el compromiso que adquirimos frente a los

demás y como organización mantenernos firmes en la importancia de defender nuestros derechos, nuestra identidad. Digamos que la metodología cambia, los estatutos se modifican de acuerdo a la realidad, de acuerdo al tiempo, pero nuestros criterios son definidos y claros y en eso nos hemos mantenido (Productor - promotor, Mercados Campesino, Colombia, junio de 2016).

En el contexto mexicano no se identificó la participación activa de organizaciones campesinas de base, sin embargo, comparten algunas de las demandas y reivindicaciones de otros procesos y movimientos complementarios a nivel regional. En el caso de las experiencias ubicada en el estado de Quintana Roo, algunos de sus participantes pertenecen a los comités locales que promueven las ferias de semillas criollas entre comunidades –muy diferentes a las ferias promovidas por instituciones de gobierno (Román, Gracia, Roldán y Pat, 2020, en prensa) –, también se han movilizadado en contra la siembra de cultivos transgénicos y el uso de agrotóxicos en la región. El Alternativo de Puebla en diferentes momentos ha expresado su apoyo frente a los movimientos más amplios por la defensa de los territorios, de grupos organizados como “sin maíz no hay país” y “el campo no aguanta más”, entre otras expresiones.

El hecho de que en México no se hayan identificado organizaciones campesinas dentro de estas experiencias, puede ser explicado por la ausencia de mecanismos y vínculos que logren articular los esfuerzos que se vienen consolidando a nivel local. Por otro lado, el tipo de demandas y estrategias se concentran en peticiones concretas que logran ser resueltas a través de apoyos y alianzas estratégicas y, por lo tanto, inhiben el potencial político y reivindicativo de estos procesos. Pese a esto, este tipo de mercados aportan elementos críticos frente al modelo agroalimentario, las relaciones de intercambio y los procesos productivos, aspectos que se han logrado afianzar en

diferentes regiones a partir del papel e importancia de estas experiencias en el contexto de la pandemia COVID-19 a nivel nacional (Morales et al., 2020).

Transformadores

Es común que algunos productores implementen procesos de transformación de materias primas, sin embargo, dentro de estos espacios de comercialización participan transformadores de productos diversos, generalmente de origen urbano. Se trata de personas que elaboran panes, postres, mermeladas, encurtidos, entre otros productos, como fuente de ingresos adicional, por lo que no se trata de su actividad principal, pero entre quienes se pueden ubicar trayectorias e interés que favorecen la consolidación de estas experiencias. En algunos casos, este tipo de transformadores han servido para atraer nuevos consumidores como en el Alternativo de Puebla, mientras que, en los otros, este tipo de productos acaparan la mayor parte de la oferta. Con el agravante de que algunos de los insumos que utilizan no se pueden conseguir dentro de este tipo de mercados y deben recurrir al mercado convencional.

Esta situación ha dado lugar a conflictos internos, principalmente por las condiciones impuestas para el ingreso. Mientras que para los transformadores el principal requisito suele ser que el producto no haga parte de la oferta del mercado, para los productores campesinos, se imponen restricciones asociadas con el tipo de prácticas productivas, dando lugar a que en varias ocasiones se niegue su participación, evitando de esta manera incentivar procesos de transición agroecológica y la posibilidad de ampliar la oferta.

En el caso de los transformadores de origen campesino, se trata de productores que han integrado prácticas de aprovechamiento de los productos, especialmente frutas de temporada a partir de la elaboración de mermeladas, salsas y conservas. También, como un objetivo de estos mercados se han generado procesos de rescate y recuperación de recetas tradicionales, lo que

incluye la recuperación de semillas, procesos culinarios e identitarios vinculados con la comida. Este elemento está presente en todas las experiencias analizadas y es dinamizado particularmente por mujeres.

Las transformadoras en este tipo de espacios representan dos situaciones contrastantes, por un lado, de productores que ven en esta estrategia una oportunidad de aprovechamiento de los productos que no logran comercializar, que son elaborados de manera artesanal y cuidando los procesos y prácticas. Por otro lado, la posibilidad de integrar participantes cuyos intereses, demandas y vínculos no se identifiquen con procesos más amplios vinculados con el campesinado. La transformación como etapa del proceso productivo, se aleja de procesos industriales de transformación de materias primas y se convierte, por un lado, en una estrategia de aprovechamiento de la producción o en la búsqueda de ingresos adicionales, o ambas. Estas dos prácticas se basan en lógicas que permiten comprender la importancia de estos espacios de comercialización, primero como refugio para diversos tipos de emprendimientos, y segundo la oportunidad de diversificar la oferta de productos y de consumidores. Si bien se identifican conflictos en torno a la validación de algunos productos transformados, su presencia más allá de estar estigmatizada, busca la complementariedad al interior de estas experiencias.

Intermediarios

El papel del intermediario se ha caracterizado por una larga lista de abusos y desigualdades que perjudican tanto a productores como a consumidores. De allí que los casos analizados coinciden en la importancia de afianzar circuitos de comercialización caracterizados por la relación directa entre productores y consumidores, buscando romper con las implicaciones negativas del intermediarismo presente en circuitos convencionales. Sin embargo, existen escenarios en los que la presencia de este rol permite resolver algunas de las problemáticas más recurrente de los

productores como las distancias, el acceso a transporte o la edad, de allí que emerjan posturas diversas en torno al rol del intermediario que giran en torno a su negación, su transformación y su estigmatización (Roldán y Gracia, 2018).

Pese esta situación, se identificaron personas que desempeñan estas funciones, sin que sean reconocidos como intermediarios. En la mayoría de los casos se trata de productores que se encargan de acopiar a nivel local la producción de quienes por diferentes razones no pueden asistir de manera presencial, se trata de una estrategia basada en la solidaridad y la reciprocidad de los participantes, evidenciando por un lado la importancia de esta función y los valores y principios que caracterizan estas experiencias. Algunos participantes que anteriormente se dedicaban a la producción, han transitado a la intermediación como estrategia de participación. Esta función ha permitido que los participantes aseguren la venta total de los productos, facilitando la comercialización en otros espacios de venta. Una característica fundamental de quienes asumen estas funciones es el acceso a vehículos propios y adecuados para el transporte de alimentos.

Quienes fungen como intermediarios, ya sea de manera temporal o como actividad principal, adquieren funciones que van más allá de acopiar los productos y comercializarlos por los diferentes canales en los que participan. También se han consolidado como agentes de compras colectivas de bienes de consumo (aceite, arroz, sal, azúcar, productos de aseo, alimentos para animales, entre otras cosas) que compran en los diferentes centros urbanos en los que participan y trasladan a sus lugares de origen.

Adicionalmente, llevan y traen mensajes, correspondencia y encargos. Es decir, se trata de personas que cumplen funciones diversas a partir de las cuales se logran transformar las relaciones entre productores, principalmente a partir del valor de la palabra, la confianza y el respeto. Dentro de los casos analizados, AgroSolidaria es la única que reconoce explícitamente la necesidad de

integrar a los intermediarios como una actividad complementaria a la producción, la comercialización y el consumo.

No se le puede exigir al campesino que sea conductor, que sea cobrador, que sea almacenista y que comercialice, ya cumplió una función y hay otros roles que se deben cumplir (Actores externos, Colombia, junio 2016).

Mercados Campesinos estableció como una de sus prioridades eliminar la intermediación, sin embargo, además de los mercados presenciales fortaleció canales de comercialización mayoristas, los cuales eran operados por personas que hacían parte de los procesos organizativos. En el contexto mexicano a raíz de las desigualdades e injusticias que encarnan los intermediarios, se ha generalizado la necesidad de eliminarlos como una medida que busca favorecer a los productores. De allí que, para poder participar, a excepción del Alternativo de Puebla, los productores, además de demostrar que no utilizan insumos tóxicos, deben vender de manera directa. Esta restricción ha sido un obstáculo para ampliar la oferta y favorecer a más productores, que por razones diversas no logran participar de manera presencial. Para muchos participantes, la intermediación es necesaria, pero requiere ser transformada.

Este rol tiene la posibilidad de resolver y potenciar este tipo de experiencias, sin embargo, aun no ha sido muy explorada, principalmente por la forma en que se ha configurado y en donde sus virtudes han sido desplazadas por intereses económicos, representadas en intermediarios que sacan provecho de su posición dominante frente a los productores. Además, ante la imposibilidad de circular el total de la producción por este tipo de mercados, la mayoría de los productores participantes se han visto obligados a mantener los vínculos con intermediarios, de allí la necesidad

de reconocer su importancia y de visibilizar o diseñar estrategias que evidencien que esta función puede ser realizada bajo otros principios, acuerdos y motivaciones.

Consumidores

Al ubicarse en contextos heterogéneos las experiencias analizadas dan cuenta de una diversidad de consumidores y de formas de participación que permiten analizar el consumo desde perspectivas diversas. El papel de los consumidores en ocasiones ha sido relegado a su capacidad de compra, dando lugar a que estos espacios se asocien a consumos elitistas, situación que algunos mercados han aprovechado para atraer consumidores de ingresos altos, o bien para ubicarse en determinados nichos de consumo. La experiencia más ilustrativa frente a la diversidad de consumidores es la de Mercados Campesinos que promovió el consumo de productos de origen campesino entre diferentes sectores de la población.

Aquí hubo mercados de estrato 1 al 6 entonces para todos fue aprendizaje, se hacían en sectores altos como el parque Alcalá, hasta en Ciudad Bolívar, entonces cada quien tenía su proceso, y durante más de diez años se logró mantener ese proceso, eso permitió que mucha gente pudiera acceder a los productos campesinos, y que los campesinos pudieran tener un número grande clientes en diferentes partes de la ciudad (Promotor, Mercados Campesinos, Colombia, junio 2016).

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

Tenemos diferentes consumidores en la ciudad, pero la mayoría son mujeres, amas de casa. La mayoría nos compran por el tema de las dietas y esas cosas, pero también hay

otros que se han acercado porque están enfermas o tienen a alguien enfermo en la familia y nos compran. La mayoría son profesionales, con empleos y buenos ingresos. También tenemos consumidores que están convencidos que hay que apostarle a lo agroecológico, a lo solidario, son los más constantes, nos compran así les cueste un poquito más (Promotor, AgroSolidaria-Bogotá, Colombia, junio 2016).

Por el contrario, a excepción del mercado Alternativo de Puebla, los consumidores en las experiencias mexicanas se han concentrado en las comunidades académicas que los apoyan, caso del Mayab y el Agroecológico de José María Morelos

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

En síntesis, el papel de los consumidores no logra articularse con otras prácticas al interior de estos mercados, salvo algunas personas que integran los procesos de certificación participativa,⁶ particularmente en el Alternativo de Puebla. Si bien estos mercados han logrado atraer y fidelizar a un grupo de consumidores, los retos para ampliar su número se ubican en la oferta de productos y en algunos casos, la intermitencia de los encuentros. Pese a esto, las experiencias analizadas diseñan estrategias que permitan integrar a los productores a través de talleres, invitaciones a las unidades de producción, y otras formas de participación que activen formas de interacción y

⁶ La certificación participativa es un proceso a través del cual las productoras logran evidenciar la inocuidad de sus prácticas productivas, almacenaje y transporte, a través de la participación de diversos actores: productores, consumidores, académicos, entre otros, quienes a partir de visitas periódicas a las unidades de producción certifican los procesos y prácticas (Roldán, Gracia, Mier y Teran, 2018)

diálogo que se diferencian de los mercados convencionales. Por otro lado, este tipo de mercados tienen el potencial de transformar y reivindicar la cultura alimentaria local, generar nuevos hábitos, vínculos y relaciones de consumo, logrando de esta manera incidir de manera directa en transformaciones más amplias.

Promotores

El papel de las promotoras ha sido determinante para tomar decisiones en torno a la generación de acuerdos y reglamentos internos, gestionar espacios, equipos y mobiliario, organizar actividades complementarias los días de mercado (charlas, talleres), coordinar reuniones, asambleas y toma de decisiones, recibir solicitudes de ingreso, establecer vínculos con actores externos, llevar registros de los participantes, generar espacios de diálogo e incidencia política, entre otras actividades.

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

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

Yo antes de estar en el proceso de mercados campesinos era agricultor y a la vez era gerente de una cooperativa de medianos y pequeños agricultores en Cabrera-Cundinamarca, pero también fui concejal del municipio, presidente de la junta comunal, presidente del sindicato de medianos y pequeños productores de Cabrera. De allá tuve que salir desplazado por diferentes motivos que ponían en peligro mi vida y la de mi familia (Productor - promotor, Mercados Campesinos, Colombia, junio de 2016).

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

En ese sentido, la participación de las instituciones académicas y el compromiso que asumen profesores, alumnos y exalumnos, puede ser interpretado como una expresión de la capacidad para ir configurando escenarios que permitan visibilizar sus procesos, demandas y reivindicaciones.

Organizaciones de apoyo y actores externos

La posibilidad de recibir apoyos ha sido determinante para que estos mercados permanezcan activos. En ese sentido, el papel que juegan las organizaciones de apoyo y los actores externos ha permitido resolver problemáticas puntuales (permisos, transporte, infraestructura), sin embargo,

uno de los principales inconvenientes ha sido la temporalidad con la que se otorgan los apoyos y el tipo de proyectos que incentivan. Gran parte de los apoyos provienen de instituciones académicas, organizaciones no gubernamentales e instancias de gobierno a través de diversos proyectos de apoyo y promoción para emprendimientos productivos, algunas veces representado en recursos económicos, pero generalmente sujetos a determinadas actividades productivas o de transformación, así como equipos o capacitaciones.

Entre los casos seleccionados sobresale la participación de las instituciones académicas en diferentes instancias de apoyo. Esta presencia es más evidente en los casos mexicanos en donde, a excepción del Alternativo de Puebla, estas experiencias se han vinculado como parte de algún programa académico o como un proyecto institucional. Esta característica ha permitido que el Tianguis del Mayab (Universidad del Caribe) y el Agroecológico de José María Morelos (Universidad Intercultural Maya de Quintana Roo), logren tener un apoyo constante, representado en cuestiones logísticas y organizativas, el préstamo o gestión de los espacios y esporádicamente talleres y capacitaciones. Por otro lado, ubicamos al proceso de Mercados Campesinos, en donde recibieron por casi diez años recursos económicos y apoyo logístico por parte de la Secretaría de Desarrollo Económico de Bogotá, además del apoyo de otras instituciones públicas y privadas para la realización de los mercados presenciales (logística, transporte, permisos).

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

Finalmente, existen espacios de articulación entre las redes a las que se integran estas experiencias, con procesos similares y/o complementarios, entre quienes se brindan apoyo,

principalmente a partir del intercambio de prácticas y conocimientos. Si bien, estos procesos aún son muy incipientes, contienen la posibilidad de abonar a la consolidación de espacios locales y formas de apoyo solidario entre sus participantes.

Tabla 3.
Síntesis roles

	Mercados Campesinos	AgroSolidaria Bogotá Socotá	Alternativo de Puebla	José María Morelos	Mayab
Productores	Agricultores urbanos	Campesinos - Indígenas		Agricultores urbanos	
Transformadores	Transformadores urbanos	Campesinos		Transformadores urbanos	
Intermediarios	Integrantes de los procesos productivos		Externos		
Consumidores	Diversos sectores de la población. Cubren varias zonas de la ciudad	Locales	Productores participantes		Estudiantes - Profesores Personal administrativo de instituciones académicas
Promotores	Líderes campesinos Actores externos		Productores Actores externos vinculados principalmente con instituciones académicas.		
Organizaciones de apoyo	Instituciones académicas - Organismos internacionales - Asociaciones civiles - Programas de gobierno (ocasionalmente) - Autoridades locales				

Fuente: elaboración propia

Conclusiones

A diferencia de las relaciones y lógicas que se dan en el mercado convencional, los mercados campesinos y locales adquieren sentidos y valores que se reflejan en las formas de participación de los actores involucrados. Si bien cada uno de los roles identificados tiene su equivalente en el mercado convencional, es la forma de vinculación la que hace la diferencia. En ese sentido, más allá de buscar nuevas formas de nombrarlos o adjetivarlos, los esfuerzos apuntan a su resignificación y a la recuperación de espacios físicos y simbólicos que permitan reconocer principios y valores de respeto, solidaridad, reciprocidad y confianza, entre otros. Sin importar el contexto, quienes participan de estas experiencias asumen retos y desafíos que se reconfiguran a

partir del intercambio de ideas y trayectorias. Esto se refleja en el tipo de mensajes y posturas que asumen en torno a coyunturas sociales, políticas, económicas, culturales y ambientales, así como en el tipo de demandas que logran ser transmitidas.

Este tipo de reivindicaciones se acompañan de estrategias diversas frente a problemáticas similares, en donde los actores adquieren protagonismo, en la medida que enfrentan, resuelven y descubren nuevos obstáculos, oportunidades y vínculos. De allí que se expresen de formas diversas, las cuales pueden estar representadas en la incidencia política a través de la participación en el diseño de políticas públicas, en la reivindicación del campesinado, en espacios de formación política que generan mayor cohesión entre los sujetos, en la defensa de la tierra y el territorio, en el derecho a la alimentación sana y cercana, en el rescate y conservación de las semillas, en contra de la minería, el uso de agroquímicos, los monocultivos, en las formas de transmisión del conocimiento o en la afinidad con luchas y reclamos más amplios. Los roles identificados se ubican en contextos heterogéneos y por lo tanto no es posible realizar generalizaciones, ni predecir conductas o posturas frente a determinados fenómenos, pero si permite reconocer que dicha heterogeneidad es una de las mayores virtudes frente a la posibilidad de reaccionar ante las múltiples crisis estructurales, coyunturales y recursivas que deben enfrentar. Finalmente, como en muchos otros procesos, el lugar de enunciación y las formas de participación se va delineando a partir del intercambio, el diálogo y los aprendizajes colectivos, solo así estos procesos podrán ser vistos como realidades posibles y accesibles para un número cada vez más grande y diverso y no solo como excepciones o singularidades del mercado. De esta manera, entre más personas logren participar en espacios llenos de historias, reivindicaciones y propuestas de transformación colectiva, otras formas de producir, consumir, transformar, intermediar, participar y compartir, harán posible otros mercados y relaciones, más justas y sustentables.

Referencias

- Becker, H (1979). Observación y estudios de casos sociales. En D. Sills (Ed.), *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*, t. 7 (pp. 384-389). Madrid, Aguilar
- Castro-Gómez, S. (1996). *Crítica a la razón latinoamericana*. Barcelona: Puvill
- Chaparro, A. (2014). *Sostenibilidad de la economía campesina en el proceso Mercado Campesino (Colombia)*. Bogotá, Colombia: Corporación Universitaria Minuto de Dios. Facultad de ingeniería
- Coraggio, J. (2002). *La Economía Social como vía para otro desarrollo social*. Documento de lanzamiento del debate sobre Distintas propuestas de Economía Social en Urbared, Red de Políticas Sociales.
- Deleuze, G. y Parnet, C. (1997) *Diálogos*. Valencia: Pre-textos
- García, N. (2013). Aproximación teórica al estudio de la acción colectiva de protesta y los movimientos sociales. Redcimas.
- García, R. y Gracia, M. A. (2019). Nodos, actores y discursos en la generación de alternativas alimentarias locales en Quintana Roo y Yucatán, México, 2000-2016. *Intersticios sociales*, (17), 175-202.
- Giddens, A. (1979). *Agency, structure*. In *Central problems in social theory*. Palgrave: London.
- Giménez, G. (2006). Para una teoría del actor en las ciencias sociales: problemática de la relación entre estructura y "agency". *Cultura y representaciones sociales*, 1(1), 145-147.
- Gracia M. y Pozzio, M (2014). Economías alternativas. Utopías, desencantos y procesos emergentes. México: Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa y Juan Pablos editor.
- Gramsci, A. (1975) *Cuadernos de la cárcel*. México: Era.
- Gundermann, H. (2001). El método de los estudios de caso. En M. L. Torres (Coord.). *Observar, escuchar y comprender. Sobre la tradición cualitativa en la investigación social*. pp. 231-264 México, D. F.: Editorial Porrúa/Flacso.
- Haesbaert, R. (2013). El mito de la desterritorialización: del fin de los territorios a la multiterritorialidad. *Cultura y Representaciones Sociales*, 8(15), 400.
- Hernández, J., Ramos, G. y Pineda, J. (2012). Análisis y configuración del desarrollo regional. Un enfoque desde los actores. *Espacios Públicos*, 15(34), 188-207. <http://doi.org/1665-8140>
- Laclau, E. y Mouffe, C. (1987). *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. Madrid. España: Siglo XXI.
- Lahera, A. (1999). La crítica de la economía de mercado en Karl Polanyi: el análisis institucional como pensamiento para la acción. *Reis*, 27-54. España
- Long, N. (2007). *Sociología del desarrollo: una perspectiva centrada en el actor*. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social-Colsan
- López, D. (2012). Canales cortos de comercialización, un elemento dinamizador. *Revista Soberanía Alimentaria, Biodiversidad y Culturas*, (8), 10-13.
- Machado, A. (2013). Territorios para el desarrollo de las sociedades y economías campesinas. En Garay, L. J., (2013) *Reflexiones sobre la ruralidad y el territorio en Colombia. Problemáticas y retos actuales*. Oxfam, Bogotá, Colombia, 275-366.
- Mançano, B. (2014) Cuando la agricultura familiar es campesina. En *Agriculturas campesinas en Latinoamérica. Propuestas y desafíos*. Quito: Editores: Hidalgo, Houtart y Lizárraga.
- Mance, E. (2003). *Consumo solidário. A outra economia*. Porto Alegre: Veraz, 45

- Morales, H., García, R., Mier y Terán, M., Escalona, M., Jarquin, R., Zepeda, L., Romero R. (2020) Tianguis agroecológicos en tiempos de pandemia: retos y esperanzas. *La Jornada del Campo*. Recuperado de <https://bit.ly/3IMurb9>
- Ordoñez, F. (2011). *Abriendo surcos, cosechando semillas. Alternativas al sistema agroalimentario actual desde la agroecología y la soberanía alimentaria. Experiencia de la Fundación San Isidro de Duitama*. Bogotá: Colombia. ILSA
- Parrado, A. y Molina, J. (2014). *Mercados Campesinos. Modelo de acceso a mercados y seguridad alimentaria en la región central de Colombia*. Bogotá, Colombia: Facultad de Ciencias Agrarias, Universidad Nacional de Colombia, Oxfam, ILSA, CICC, Alcampo, Unión Europea. Bogotá. Pereira.
- Pérez, A. y Oraison, M. (Eds.) (2013). *Estudios sobre participación. procesos, sujetos y contextos*. Argentina, Buenos Aires: ESEditora y CES-UNNE.
- Podcamisky, G. (2006). El rol desde una perspectiva vincular. *Reflexiones*, 85(1), 179-187.
- Rauber, I. (2001). Actores sociales, luchas reivindicativas y política popular. *Pasado y Presente XXI*. Quinta edición (digital). Recuperado de <https://rebellion.org/docs/4856.pdf>
- Razeto, L. (2006). *Lecciones de economía solidaria. Realidad, Teoría y proyecto*. Chile: Ediciones Uvirtual.net
- Reina, M. (2013) *Logística de distribución de productos perecederos de economía campesina. Casos Fuente de Oro, Meta y Viotá, Cundinamarca*. Tesis de Maestría. Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Agronomía. Bogotá. Colombia
- Roldán, H. y Gracia, A. (2016). Espacios de intercambio local de productos orgánicos en México. Panorama, tensiones y procesos de aprendizaje. En M. Gracia (Ed.). *Trabajo, reciprocidad y re-producción de la vida. Experiencias colectivas de autogestión y economía solidaria en América Latina*. (pp. 285-314). México: Miño y Dávila
- Roldán, H. y Gracia, A. (2018). (Des) estigmatizar la intermediación de alimentos en pos de mayor equidad. Espacios emergentes de comercialización frente a la gran distribución en Colombia. *Espacialidades*, 8(2), 104-125. DOI: <http://www.doi.org/10.24275/uam/cua/dcsh/esp/vol08/num02/Nicolas>
- Roldán, H., Gracia, A. y Mier y Terán, M. (2018). Los mercados locales alternativos en México y Colombia: resistencias y transformaciones en torno a procesos de certificación. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 15(82), 1-17. doi: 10.11144/javeriana.cdr15-82.mlam
- Roldán, H., Gracia, A., Santana, M. y Horbath, J. (2016). Los mercados orgánicos en México como escenarios de construcción social de alternativas. *Polis, Revista Latinoamericana*, 43.
- Román, R., Gracia, A., Roldán, H. y Pat, J. (2020) Grupos y estrategias para la defensa biocultural en Felipe Carrillo Puerto, Quintana Roo. *Revista Alteridades*. No publicado.
- Rosset, P. y Martínez, M. (2016). Agroecología, territorio, recampesinización y movimientos sociales. *Estudios Sociales*, 25(47), 275-299.
- Rosset, P. (2013). *Mercados Campesinos en Colombia*. Boletín Nyeleni (13). Recuperado de <https://bit.ly/3j3px7Y>
- Sevilla, E., Soler, M., Gallar, D., Vara, I. y Calle, A. (2012). *Canales cortos de comercialización alimentaria en Andalucía*. España: Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces, Consejería de la Presidencia e Igualdad, Junta de Andalucía.
- Tilly, Ch. (1978). *From Mobilization to Revolution*. Nueva York: Random House
- Yin, R. (1994). Investigación sobre Estudios de Casos. Diseño y Métodos. *Applied Social Research Methods Series*, 5, 1-35.