

PROCESOS DE SOBERANÍA ALIMENTARIA Y EL DESARROLLO. EL
AGROMERCADO CAMPESINO DE EL CARMEN DE VIBORAL: ESTUDIO DE
CASO



LUISA FERNANDA GIRALDO RAMÍREZ

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

PREGRADO DESARROLLO TERRITORIAL

EL CARMEN DE VIBORAL

2020

“Procesos de soberanía alimentaria y el desarrollo. El Agromercado campesino de El Carmen
de Viboral: estudio de caso”



Luisa Fernanda Giraldo Ramírez

Monografía de grado

Presentada como requisito para optar al título de

Profesional en Desarrollo Territorial

Dirigida por

Yury Marcela Ocampo Buitrago

Universidad de Antioquia

Facultad de Ciencias Económicas

Desarrollo Territorial

El Carmen de Viboral

2020

Agradecimientos

Un enorme gracias a todas aquellas personas que no pierden las esperanzas, aquellas que creen que aun desde los más pequeños actos se entretejen grandes cambios, grandes movimientos; aquellas que cuidan, aman, y hacen florecer con un sinfín de frutos de colores, olores y sabores la casa que habitamos, llamada Tierra; esas que luchan cada día por cosechar, cocinar, hacer llegar un plato de comida saludable a sus familias, sus vecinos y sus millones de hermanos que habitamos el mundo y, también, a aquellas personas que nos enseñan el invaluable valor de las raíces, tanto de las que están entre el agua y la tierra como las que cada uno llevamos por dentro, pues en estas habita la fuerza, la memoria, el alivio, las costumbres, la cultura, la vida y la propia semilla de la esperanza.

A aquellos gestores de movimientos, procesos y proyectos que buscan educar para la vida, generar conciencia, promover alimentación de calidad y batallan contra las injusticias del capitalismo; a quienes trabajan cada día por la vida digna y a quienes dentro de las esferas políticas e institucionales buscan la justicia y el enriquecimiento social, cultural, económico, político y ambiental sin pasar por encima de otros, por encima de vidas.

Y puntualmente, a cada uno de los integrantes y promotores del Agromercado campesino; por sus enseñanzas, pasión por el campo, la agroecología, la vida, la ciencia y la cocina, son un ejemplo de esperanza y de vivas ganas de contribuir a la construcción de un mundo mejor, por lo menos el de sí mismo y de los seres cercanos.

Gracias a sus esfuerzos es posible soñar y trazar caminos al cambio, caminos esperanzadores.

“La utopía está en el horizonte. Camino dos pasos, ella se aleja dos pasos. Camino diez pasos y el horizonte se corre diez pasos más allá. Por mucho que camine nunca la alcanzaré. Entonces... ¿Para qué sirve la utopía? Para eso sirve, para continuar”
Eduardo Galeano

Resumen

El presente escrito es el resultado final del ejercicio investigativo “procesos de soberanía alimentaria y desarrollo”, el cual tuvo como objetivo indagar acerca de cómo los procesos de soberanía alimentaria, como un mercado campesino, pueden aportar a la construcción de un desarrollo territorial digno, justo, inclusivo y ambientalmente sostenible, desde un sentido de endogeneidad en el que las necesidades y características propias de un territorio, el aprovechamiento y mejoramiento de las capacidades de estos y sus habitantes, sean condiciones primordiales en la toma de decisiones y acciones para el devenir de los territorios. En este sentido, este trabajo se enfoca en el estudio del desarrollo endógeno a través de la soberanía alimentaria, ésta como una unidad temática de análisis que visibiliza la importante función de diversos actores de la sociedad en torno a la alimentación, el cuidado ambiental, la organización social, la producción y comercialización local.

Palabras clave: Soberanía alimentaria, seguridad alimentaria, desarrollo endógeno, mercados campesinos, organización social

Abstract

This paper is the final result of the research exercise "food sovereignty processes and development", which aimed to investigate how the processes of food sovereignty, as a peasant market, can contribute to the construction of a decent, fair, inclusive and environmentally sustainable territorial development, from a sense of endogeneity in which the needs and characteristics of a territory, the use and improvement of the capacities of these and its inhabitants, are primary conditions in decision making and actions for the future of the territories. In this sense, this work focuses on the study of endogenous development through

food sovereignty, which is a thematic unit of analysis that makes visible the important role of various actors in society regarding food, environmental care, social organization, production and local marketing.

Keywords: Food sovereignty, food security, endogenous development, peasant markets, social organization.

Tabla de Contenidos

Introducción	8
Capítulo 1: El desarrollo y la soberanía alimentaria: dos conceptos que se complementan y se contienen el uno al otro.....	12
1.1. Desarrollo Endógeno.....	12
1.2. Soberanía alimentaria.....	16
1.3. Desarrollo endógeno y soberanía alimentaria.....	19
Capítulo 2: Aspectos Metodológicos	24
Capítulo 3: Análisis y resultados:	29
3.1 Entre soberanía alimentaria y el desarrollo endógeno: El Agromercado Campesino como práctica de soberanía alimentaria y de desarrollo desde abajo hacia arriba.....	29
3.2 Los efectos económicos, sociales, emocionales y culturales que genera el Agromercado Campesino a los actores que ofrecen productos en ese espacio.....	44
3.3 El Agromercado y la economía local de El Carmen de Viboral.....	60
3.4 El Agromercado Campesino en el contexto de la seguridad y la soberanía alimentaria	66
Reflexiones finales.....	73
Referencias	77

Tablas

Tabla 1. Composición e ingresos de los hogares de los integrantes del Agromercado campesino	46
Tabla 2. Ingresos producto de las ventas en el mercado con relación a los ingresos de los hogares.....	49

Introducción

Los procesos de soberanía alimentaria y desarrollo endógeno son perspectivas surgidas como respuestas alternativas al modelo tradicional de desarrollo, a las relaciones desiguales de poder caracterizadas por el discurso del desarrollo: los <desarrollados> y los <subdesarrollados>, a un mundo cada vez más capitalista que deteriora los vínculos comunales, donde las políticas económicas y sociales capitalistas subyugan a los que tienen menos, a las diferentes culturas, a las minorías y por ende a quienes se encuentran en los niveles bajos dentro de las jerarquías hegemónicas y les hace dependientes de estas mismas. Aunque a simple vista la relación estrecha entre soberanía alimentaria y desarrollo no es clara, y puede sonar contradictoria, ambos conceptos como práctica, convergen en la idea de potenciar las culturas territoriales desde los contextos locales, buscan la apropiación y la conjunción entre diversos actores que muchas veces no son reconocidos en la planeación, en la búsqueda de soluciones y respuestas a problemáticas. Ambas incentivan las formas de relación horizontal y la construcción conjunta de los territorios; por un lado, desde una relación armónica de producción, comercialización y consumo de los alimentos y, por otro lado, desde la calidad de vida, el bienestar, el acceso a bienes y servicios y la participación en las discusiones territoriales.

Este documento es el resultado final del ejercicio de investigación llevado a cabo en El Carmen de Viboral, el cual tuvo como objetivo principal identificar y describir los aportes del Agromercado Campesino del Municipio al desarrollo local y endógeno desde su creación (2015) hasta la fecha (2020). Para lograr esto, se describe cómo a través de los procesos de soberanía alimentaria se contribuye al desarrollo local y al desarrollo endógeno del Municipio; se determinaron cuáles son los efectos económicos, sociales, emocionales y culturales que genera

el Agromercado hacia los actores/productores integrantes del mismo; así como los efectos que tiene dicho mercado en la economía local de El Carmen y, finalmente se identificó en términos políticos el alcance del Agromercado en el contexto de la soberanía y la seguridad alimentaria.

Es necesario resaltar que debido al reciente posicionamiento del Agromercado en el Municipio, aún no existen estudios a profundidad o análisis sobre este y, aunque, desde la academia existen investigaciones que estudian el estado de la seguridad alimentaria y de la soberanía alimentaria (en menor proporción) en determinados territorios, el carácter diferenciador de ésta se centra en el estudio del desarrollo endógeno donde la soberanía alimentaria se presenta como unidad temática de análisis.

La razón que guía esta investigación se liga del contexto global en torno a la seguridad y la soberanía alimentaria -con principal énfasis en esta última- que recae en los contextos más locales de los territorios; la erradicación del hambre y la desnutrición, el derecho a alimentarse y adquirir los alimentos de calidad, pero también, el derecho a elegir cómo producir, comercializar y consumir dichos alimentos en un sentido de calidad, salubridad y bienestar alrededor de quien los producen y los consumen. Se trata de relocalizar la importante función de la agricultura familiar y limpia, la trasmisión de saberes ancestrales que invitan a conservar la tierra y aprovecharla cuidadosamente, pero también, la inclusión de género en los procesos productivos, el fortalecimiento de las economías locales y no dependientes de mercados externos impulsados por un sistema económico neoliberal que da prioridad a los grandes productores y multinacionales, incentiva el uso de agroquímicos y subyuga los procesos locales.

En este sentido, es necesario presentar algunos datos que adentran un poco más al contexto local específico. El Carmen de Viboral es un municipio que se encuentra ubicado en la subregión

Oriente del departamento de Antioquia, limita por el Norte con los municipios de El Santuario, Marinilla y Rionegro; al oriente con el municipio de Cocorná; al sur con el municipio de Sonsón y al occidente con los municipios de La Ceja y La Unión. Su área total es de 448 Km², el perímetro urbano tiene un área aproximada de 3 Km² y una temperatura media de 17°C. Según la caracterización de la población del DANE, para el año 2018, en la zona urbana o cabecera municipal habitaban 32.471 personas, equivalente al 67% de la población y el 33% restante, correspondiente a 16.027 personas que habitan en la zona rural. El municipio cuenta con una densidad poblacional aproximada de 108,25 habitantes por kilómetro cuadrado, correspondiente a 13307.07 habitantes por kilómetro cuadrado en la zona urbana y 36 habitantes por kilómetro cuadrado en la zona rural. (Plan de desarrollo 2020-2023 “Más cerca, más oportunidades”)

Dentro del contexto de la dinámica socioeconómica y productiva, El Carmen de Viboral es un municipio que se centra en la producción agrícola, pecuaria y la fabricación artesanal de cerámica. En clima de ambiente frío se produce principalmente maíz, papa, frijol, hortalizas, tomate de árbol, fresa y flores; en menor cantidad, en zonas de clima cálido, se produce café, yuca, plátano, cacao, guanábana, borojó, caña de azúcar, entre otros; con relación a la producción agropecuaria se encuentra el ganado de leche, ganado de doble propósito y de levante y existen granjas avicultoras con producción a pequeña escala; la piscicultura y cría de especies menores son parte de la agroindustria que se presenta con menor proporción en el Municipio y, se destaca el aumento de granjas con producción limpia y agroecológica. Es importante señalar que el sector floricultor tiene gran importancia económica en el municipio en relación con la generación de empleo y comercialización nacional como internacional, pues existen aproximadamente 600 cultivos y 96 comercializadoras y a nivel subregional, es el

principal productor de hortensia. (Plan de desarrollo 2020-2023 “Más cerca, más oportunidades).

Así pues, una primera parte de este escrito contextualiza en términos teóricos y conceptuales el surgimiento de ambas nociones (soberanía alimentaria y desarrollo endógeno); inicialmente de forma independiente y posteriormente, se relacionan ambos conceptos junto con el problema de investigación delimitado, relación en la que se resalta que, aunque ésta no es visible ni explícita, siempre uno contiene al otro; en una segunda parte se especifica el cómo se realizó este ejercicio y a través de qué herramientas y, en una tercera parte se evidencian los análisis y resultados, para finalmente llegar a algunas reflexiones.

Capítulo 1: El desarrollo y la soberanía: dos conceptos que se complementan y se contienen el uno al otro

1.1.Desarrollo Endógeno

La idea del desarrollo surge desde los países considerados grandes potencias del mundo al hablar de subdesarrollo, un concepto que se asocia a “áreas económicamente atrasadas” a “la brecha entre ricos y pobres” (Roisten-Rodan y Artur Lewis -respectivamente- citados en Esteva, 1996, p.53) y que se enmarca en una serie de relaciones de poder desigual. El desarrollo entonces pone como foco principal el ámbito económico y se plantea desde una serie de “procesos de crecimiento y cambio estructural que persiguen satisfacer las necesidades y demandas de la población y mejorar su nivel de vida y, en concreto, se proponen el aumento del empleo y la disminución de la pobreza” (Vázquez A., 2007, p.185); equiparando crecimiento económico y desarrollo.

Sin embargo, esta idea generó un sin sabor al encontrar que todas las regiones no son homogéneas y que todos los procesos no son replicables de la misma manera en los diferentes contextos; con el paso de los años al desarrollo se le han sumado aspectos ambientales, temas de participación ciudadana y las condiciones humanas, evidenciando que este va mucho más allá de lo meramente económico. Este descontento y las diversas críticas surgidas a su aparición generaron nuevas visiones como las del desarrollo humano, el desarrollo sostenible, el desarrollo sustentable, el etnodesarrollo, el desarrollo endógeno, entre otros.

Respecto a esto Vázquez A. (2007) afirma que:

(...) desde los inicios de los años ochenta aparece la teoría del «desarrollo endógeno». Esta interpretación surge de la confluencia de dos líneas de investigación: una, que nace como consecuencia del intento de encontrar una noción de desarrollo que permitiera actuar para lograr el desarrollo de localidades y territorios atrasados (Friedmann y Douglas, 1978; Stöhr, 1981); y otra, que aparece como consecuencia del análisis de los procesos de desarrollo industrial endógeno en localidades y regiones del sur de Europa (Becattini, 1979; Brusco, 1982; Fua, 1983; Garofoli, 1983; Vázquez Barquero, (1983). Esta interpretación se fortalece con el «descubrimiento» de formas más flexibles en la organización territorial de la producción (Piore y Sabel, 1984; Scott, 1988), la incorporación de las redes de empresas y de las redes de actores en el análisis económico de los territorios (Johannisson, 1995; Hakansson y Johanson, 1993), la comprensión de que la innovación obedece a un proceso evolutivo (Dosi, 1988; Maillat, 1995), y el reconocimiento de que los componentes socioculturales e institucionales tienen un valor estratégico en los procesos de desarrollo (Fua, 1983; North, 1981 y 1986). (p. 186).

De manera que, la teoría del desarrollo endógeno destaca características como la innovación como su esencia, la cultura y la endogeneidad desde: el plano político descentralizado, el económico, el científico/tecnológico y el plano cultural, estudiadas por Giacomo Garofoli, John Friedmann y Sergio Boisier, respectivamente (Boisier, 2004). El objetivo de ésta es “generar en un territorio dado las condiciones de entorno que le permiten a los seres humanos potenciarse a sí mismos para llegar a ser verdaderas personas humanas, porque, el desarrollo no lo hace nadie sino las personas en su individualidad y en su sociabilidad.” (Boisier, 2004, p.3). Este autor, además, hace énfasis en el ser humano como centro del desarrollo afirmando que al hablar de persona humana se refiere sobre todo al individuo, la personalidad y la libertad de esta, como factores importantes para el desarrollo de los territorios.

En ese sentido, el desarrollo endógeno se muestra como una alternativa en la que la forma de generar crecimiento económico, competitividad, productividad, acumulación del capital y otros fines como la erradicación de la pobreza y el aumento de empleo, se centra básicamente en el trabajo desde lo local; entendiendo lo local desde las diferentes escalas territoriales (comunidad, resguardo, vereda, municipio, ciudad, etc.) como aquel espacio oportuno, que según Barbini, Cruz, Roldan, (2012), permite la gestión y el control directo de destinos y procesos productivos, además que permite planear políticas efectivas, proyectos concretos y se facilita la participación de los diferentes actores. Desde esta perspectiva, se conciben a las comunidades, empresas y ciudadanos locales de cada territorio, como actores sociales y políticos que hacen uso de sus propios recursos para la construcción de su propio desarrollo. (Vásquez, 2007). Así pues, el desarrollo endógeno complementa e integra otras visiones de desarrollo surgidas como el desarrollo humano, el desarrollo centrado o desarrollo participativo y el desarrollo autosostenido, asociando el desarrollo como un proceso integrador territorial donde los diferentes actores, las capacidades y subjetividades de los territorios actúan y hacen parte de su proceso generador.

Por otro lado, la perspectiva del desarrollo endógeno en Colombia responde primero a esa búsqueda de mejores condiciones económicas, sociales, institucionales y políticas que traducen al desarrollo como un fin, que se ha adecuado de diversas maneras en los países llamados <subdesarrollados> con la constante intervención de países potencia e instituciones internacionales (que poseen los recursos, el conocimiento, y el poder económico) para la “contribución” de estos a dicho alcance. En Colombia, de acuerdo con Gómez (2006)

El discurso del desarrollo que emergió en la postguerra, implicó, adentrarse a la ruta de la modernización social mediante el cambio de crecimiento económico hacia adentro (CDD)

por el que se traía de crecimiento económico hacia afuera (CDA), -el modelo de sustitución de importaciones- el cual consistía en depender de estímulos provenientes del comercio exterior, cifrar los niveles de ocupación y de ingreso a partir de la elasticidad en la demanda y de los precios de los productos primarios de exportación en el exterior (...) -lo cual significó una modificación de la estructura de importaciones, cuyo incentivo estaba en la necesidad de sustituir, bienes de capital, generar una industria propia y superar las dificultades del comercio exterior, así como contar con un mercado interno suficiente, que permitiera alterar la balanza de precios y la rigidez del mercados externos (p.85).

En esa secuencia, a partir de los años 70 el país, (que atravesaba una crisis económica desde los años 60) se centra nuevamente en la agricultura comercial como destino a las exportaciones y se establecen medidas entorno a la insuficiencia alimentaria para la demanda interna, la urbanización tiende a ser la fuente de generación de empleos en la construcción y la industria existente. Así pues, un nuevo modelo de desarrollo se empieza afianzar en el que, la base es la economía global, abierta, transnacional, la cual, busca crear economías locales que tengan acceso a los mercados internacionales y al mismo tiempo se pueda abastecer el mercado interno, ya no desde la lógica de generar industria, sino desde un enfoque de servicios como fuente laboral de ingresos. Esa crisis económica que además fue social y política, manifestada a través de marchas campesinas, protestas estudiantiles y obreras, así como el auge de movimientos sociales, hizo que emergieran nuevos enfoques a nivel mundial del desarrollo como el humano, sostenible, participativo y el desarrollo endógeno (Gómez, 2006) y es así como

(...) en esta misma década se promueve una corriente cuyo énfasis estaba en la consideración de las particularidades culturales y los sistemas propios, para hacerse, más que una propuesta, a diversas propuestas de desarrollo que fue acogida por la UNESCO como desarrollo endógeno en permanente tensión con el neoliberalismo global que promueve lo local y

endógeno con criterio expresamente competitivo, tirantez evidenciada en los Planes de Integración Nacional PIN (1979-1982), Revolución Pacífica (1990-1994) y Hacia un Estado Comunitario (2002-2004). (Gómez, 2006, p. 88)

Así pues, aunque en Colombia el modelo de desarrollo se ajusta a la política neoliberal, desde diferentes entidades gubernamentales, la teoría del desarrollo endógeno se ha aplicado desde diversas interpretaciones, pero no promovido directa y constantemente como una apuesta a la planeación y organización dentro del territorio nacional.

1.2. Soberanía Alimentaria

En contraste con lo anterior, la soberanía alimentaria, como concepto, aparece tras el de seguridad alimentaria definido y dado a conocer a nivel mundial por la FAO en la década de 1990; entendiendo el primero como un derecho a elegir libremente el cómo producir, comercializar y transformar los alimentos y de qué calidad, y el segundo como el derecho a acceder y consumir alimentos de calidad independientemente de su procedencia y producción; a propósito, Gordillo y Méndez (2013), destacan que:

(...) el concepto de soberanía alimentaria no es antagónico ni alternativo al concepto de seguridad alimentaria. De sus dos componentes, uno se ubica más allá del concepto de seguridad alimentaria en el ámbito de las definiciones irrenunciables del estado moderno: es decir, de su soberanía en general, específicamente para definir políticas alimentarias. En tanto, su otro componente, sobre las formas de producir priorizando la agricultura familiar, se coloca más acá del concepto de seguridad alimentaria, en el ámbito de las políticas públicas específicas.” p.16.

Por su parte, Souza J. (2011) señala que la seguridad alimentaria es “el concepto clave del sistema corporativo alimentario mundial” en el que se pone a disposición solventar las necesidades alimentarias a través de comercio y la “ideología del mercado”, este como un “sistema perfecto” que se traduce a una estrategia para “promover y legitimar la agricultura como negocio”; seguridad alimentaria significó entonces, acceder y disponer de alimentos sin pensar en la procedencia. Así pues, los aportes de Gordillo y Méndez (2013), autores de FAO, no evidencian la problemática social que hay tras el surgimiento de la soberanía alimentaria, relacionada con la crisis alimentaria a nivel mundial y la desaparición del campesinado en diversos territorios del mundo, ni reconocen los movimientos y acciones sociales impulsadas por campesinos, agricultores, comunidades y diversos actores que, años anteriores a ello, ya venían evidenciando y dando a conocer el problema. Un problema asociado, según Souza (2011) a la “farsa de la crisis alimentaria mundial”, en la que la escasez de alimentos no es la causa de la “crisis alimentaria” sino “las contradicciones del sistema agrícola y alimentario mundial que responde a un orden institucional corporativo que organiza el sistema alimentario para el lucro de empresas transnacionales que controlan el sistema, y no para alimentar la población mundial” (p.9).

A propósito, Holt (2009) recuerda la conferencia de líderes agrícolas de todo el mundo reunidos en Mons, Bélgica en el año 1993, con ONG y la Federación Internacional de Productores Agrícolas (IFAP) compuesta por agricultores de gran escala del Norte, de la cual surgió el movimiento internacional campesino: Vía Campesina por el cual se da a conocer el concepto de soberanía alimentaria, el cual afirma que:

La soberanía alimentaria es el DERECHO de los pueblos, de sus Países o Uniones de Estados a definir su política agraria y alimentaria, sin dumping frente a países terceros. La soberanía

alimentaria incluye: priorizar la producción agrícola local para alimentar a la población, el acceso de los/as campesinos/as y de los sin tierra a la tierra, al agua, a las semillas y al crédito. De ahí la necesidad de reformas agrarias, de la lucha contra los OGM (Organismos Genéticamente Modificados), para el libre acceso a las semillas, y de mantener el agua en su calidad de bien público que se reparta de una forma sostenible; el derecho de los campesinos a producir alimentos y el derecho de los consumidores a poder decidir lo que quieren consumir y, cómo y quién se lo produce; el derecho de los Países a protegerse de las importaciones agrícolas y alimentarias demasiado baratas, unos precios agrícolas ligados a los costes de producción : es posible siempre que los Países o las Uniones tengan el derecho de gravar con impuestos las importaciones demasiado baratas, que se comprometan a favor de una producción campesina sostenible y que controlen la producción en el mercado interior para evitar unos excedentes estructurales; la participación de los pueblos en la definición de política agraria y, el reconocimiento de los derechos de las campesinas que desempeñan un papel esencial en la producción agrícola y en la alimentación. Vía Campesina (2003)

Este, y otros movimientos internacionales como Campesino a Campesino en 1970 en Cuba, así como la Declaración Tlaxcala de La Vía Campesina en 1996, la Cumbre Mundial de las semillas celebrada el mismo año, el Movimiento brasileño de los Sin Tierra en 1979, el Foro para La Soberanía Alimentaria de 2007 y la Conferencia Mundial de los Pueblos sobre el cambio climático y los derechos de la Madre Tierra en 2010, son reflejo de que la soberanía alimentaria, la alimentación sostenible y la necesidad de un sistema de producción más incluyente va más allá de la localidad, merece ser reconocido, atendido nivel mundial y está respaldado por las voces de campesinos, agricultores, indígenas, académicos y movimientos asociados al uso y cuidado de la tierra; la soberanía alimentaria de los pueblos reconoce una agricultura con campesinos, indígenas y comunidades pesqueras, vinculada al territorio;

prioritariamente orientada a la satisfacción de las necesidades de los mercados locales y nacionales; una agricultura que tome como preocupación central al ser humano; que preserve, valore y fomente la multifuncionalidad de los modos campesinos e indígenas de producción y gestión del territorio rural. (Declaración en el foro Mundial de soberanía alimentaria celebrado en la Habana, Cuba en 2001)

Estos hechos además evidencian el empoderamiento, la reafirmación de los derechos de los campesinos, de la agricultura limpia y sostenible en la que se destaca la agroecología como principal estrategia de funcionamiento y acción. La cual se entiende como “un tipo de agricultura alternativo frente a las prácticas convencionales, por lo general basadas en el despilfarro del agua, los productos químicos y los monocultivos, busca la sostenibilidad y la productividad mediante la aplicación del conocimiento ecológico a su diseño y manejo” (Isan, 2018, párr. 1 y 2).

En cuanto a su relación con la soberanía alimentaria, Peter Rosset parafrasea a una delegada campesina de Corea del Sur diciendo que “la soberanía alimentaria sin la agroecología es un discurso vacío y que la agroecología sin la soberanía alimentaria es un tecnicismo, o sea, cada uno requiere del otro. La agroecología le da un sustento material al discurso de la soberanía alimentaria, y ésta brinda el contexto político, la razón del por qué hacer la agroecología”. (Entrevista a Peter Rosset VI Congreso de la CLOC VC, 2015: parr.3)

1.3.Desarrollo Endógeno y Soberanía Alimentaria

Con todo lo anterior, la relación entre soberanía alimentaria y desarrollo endógeno se hace más visible, en el sentido de que ambas perspectivas buscan, potenciar la localidad desde el punto de vista de los actores que la viven. La soberanía alimentaria busca más que generar

desarrollo, generar condiciones de vida digna y de calidad a partir del fortalecimiento de las redes y la economía local a través de sistemas de producción agrícolas ambientalmente sostenibles y el empoderamiento de actores; de allí que, la Vía Campesina como movimiento internacional compuesto por campesinos, jóvenes, mujeres, líderes sociales, se contraponga a las compañías transnacionales y el agronegocio, el capitalismo y el libre comercio y la violencia hacia la mujer. Reafirma el concepto de soberanía alimentaria criticando el simplismo al hablar de seguridad alimentaria, pues se posiciona la comida como una mercancía y no como un derecho humano, llamado al que se han vinculado diferentes actores a nivel mundial.

Y, en esa misma perspectiva, el desarrollo endógeno busca la apropiación territorial local, contraponiendo en parte, la idea hegemónica de un desarrollo con recetas y lineamientos homogéneos; este busca la protección y sostenibilidad de los recursos, del patrimonio, de la cultura y las tradiciones e incentiva la producción y comercialización desde lo local. En este contexto Petrizzo, Aldana y Ochoa (2006) complementan que:

El Desarrollo Endógeno plantea un proceso de enriquecimiento de la complejidad de la sociedad donde este desarrollo se inserta, a través de la incorporación de nuevos actores, del desarrollo de vínculos más estrechos y complejos entre estos actores, y formas de aprovechamiento de los recursos naturales que garanticen su uso apropiado, permitiendo no sólo su renovación en el caso que eso fuere posible, sino además, el desarrollo de tecnologías sustentables para la sociedad y el espacio geográfico que ésta ocupa. Los vínculos sociales se conciben, entonces, como formas de consolidar redes complejas de interacción que trascienden los espacios de conocimiento e intervención propios de la revolución industrial, los cuales siguen siendo dominantes en el discurso contemporáneo sobre el desarrollo. (p.121)

Ambas propuestas son respuesta al mundo cada vez más globalizado, competitivo y homogeneizante que fomenta la gran escala, la dependencia de mercados externos y desfavorece la mediana y pequeña escala, así como la continuidad de conocimientos tradicionales sostenibles y el cuidado de la tierra, marcando con intensidad la diferencia entre los <países de primer mundo> y países del <tercer mundo>, <subdesarrollados> o <países en vía de desarrollo>.

En este sentido, es pertinente traer los aportes de Souza (2011, p. 20) al referirse al desarrollo como una “obligación no negociable” que posterior e igual a la idea de “la búsqueda del progreso” ha estado como ese símbolo de control hegemónico, como una “meta creada” que aun en las teorías, enfoques y modelos surgidos a partir del siglo XX (que denuncian los efectos del tradicional desarrollo y usan adjetivos como *autónomo, endógeno, sostenible, humano, local, integral, participativo, territorial*) persiste la idea del desarrollo como meta para los territorios y la sociedad. Desde esta perspectiva, la seguridad alimentaria (de la que se liga la soberanía alimentaria) representa simbólicamente la bandera de la búsqueda de soluciones contra el hambre y la pobreza mundial, desde el punto de vista de “alcanzar desarrollo” y no desde la condición propia como ser humano.

Sin embargo, la mirada de desarrollo endógeno (aun como producto de esa búsqueda del desarrollo) y el enfoque de soberanía alimentaria (que cuestiona el “concepto oficial” de seguridad alimentaria y posiciona una ruptura al modelo occidental de construcción del futuro, al enmarcar el ser feliz como fin último) reflejan la idea de centrar todos los esfuerzos en las personas más allá de lo económico; es permitir que cada una tenga calidad de vida sin despojarle de su cultura, sin derrochar los recursos naturales, sin acaparar riqueza a costa de otros y que estos, sean partícipes de las decisiones referentes a los territorios que habitan desde un sentido de apropiación y acción.

Así pues, estos enfoques reconocen la heterogeneidad de los territorios, las diversas formas de planearlos y fortalecerlos desde una lógica interna y endógena, es decir, desde los territorios mismos independiente de la escala geográfica que represente, y, sin desvincularse al mundo global; partiendo de la premisa que la escala local representa el mejor espacio para generar redes y espacios de discusión para proponer soluciones respecto a diversas problemáticas, algunas como el hambre, la pérdida del campesinado, las prácticas no sostenibles, la dependencia de economías externas y el no cuidado de la tierra. Y, sobre todo, estas perspectivas resaltan y reconocen como actores primordiales a aquellos que, desde lo hegemónico, parecían no serlo o no tomarse mucho en cuenta; como los campesinos, las comunidades rurales, indígenas y afro, trabajadores de la tierra, los ríos y los mares y aquellas personas que tienen importantes funciones como la producción de alimento, el cuidado de los diferentes ecosistemas y los recursos naturales. Se debe tener en cuenta que, así como desde ambas se resaltan los valores, potenciales, necesidades y fortalezas de los territorios, también implica el deber que, desde sus personas, comunidades, habitantes exista o se genere un sentido de construcción social, empoderamiento de saberes, trabajo conjunto, cariño y respeto por el territorio que se busca mejorar.

Por consiguiente, la manera de evidenciar la relación estrecha que enlaza ambas nociones está en que existe una complementariedad bilateral entre una y la otra; en el sentido que el desarrollo endógeno se centra principalmente en las generación, organización y potenciamiento de relaciones sociales/comunitarias/gremiales frente a procesos productivos que generen calidad de vida y no vayan en contra del deterioro de los diversos modos de vida, y a su vez, el empoderamiento de líderes como actores de la sociedad que pueden fomentar y aportar en la construcción colectiva territorial, integrando y articulando la economía, la política, la ciencia y

tecnología y la cultura; la soberanía alimentaria, busca principalmente generar cambios estructurales en la forma de entender la alimentación desde las prácticas de consumo, la producción, transformación y comercialización, a través de sistemas de producción sostenible, apropiación de actores en saberes, técnicas y prácticas y posiciona la vida más allá de la generación de riqueza. Indirectamente ambas buscan mejorar las condiciones territoriales bajo la defensa de la vida, la dignidad, los derechos humanos y concibiendo la escala local como la esfera más efectiva para construir políticas, proyectos, procesos y discusiones, como defensa frente a los efectos de la globalidad y las reglas del mercado, características que pueden ser reflejadas en mercados campesinos, redes de producción, comercialización, transformación de productos bajo enfoques sostenibles, empresas y movimientos enfocados a las prácticas agroecológicas y proyectos similares impulsados desde abajo, desde las propias comunidades.

Capítulo 2: Aspectos metodológicos

Para la elaboración de esta investigación se establecieron, como objetivo general: Identificar y describir los aportes del Agromercado Campesino del Carmen de Viboral en el desarrollo local y endógeno desde su creación (2015) hasta la fecha (2020). Y, como objetivos específicos:

1. Describir por medio de la soberanía alimentaria como se da el desarrollo endógeno en el Agromercado Campesino.
2. Determinar los efectos económicos, sociales, emocionales y culturales que genera el Agromercado para los actores que ofrecen productos allí.
3. Determinar los efectos del Agromercado en la economía local de El Carmen de Viboral
4. Identificar en términos políticos, el alcance del Agromercado campesino en el contexto de la soberanía y seguridad alimentaria.

El enfoque cualitativo de las ciencias sociales, con el cual se realizó esta investigación, “consiste en más que un conjunto de técnicas para recoger datos: [es] un modo de encarar el mundo de la interioridad de lo sujetos sociales y de las relaciones que establecen con los contextos y con otros actores sociales” (Galeano, 2004, p.18). Las investigaciones de carácter cualitativo buscan estudiar una realidad enfatizando las concepciones y dinámicas del sujeto-objeto en un contexto específico. En palabras prácticas, la presente investigación busca estudiar una realidad específica que es la del Agromercado campesino de El Carmen de Viboral a través de los actores asociados a este; su vivencia, su interpretación de esa realidad, sus sentires, valores, percepciones y acciones, pues según esta misma autora, “la investigación cualitativa rescata la importancia de la subjetividad, la asume, y es ella el garante y el vehículo a través del cual se logra el conocimiento de la realidad humana”p.18.

Es por esto que, en el estudio del desarrollo endógeno y la soberanía alimentaria, para este caso específico, nos centramos en los actores vinculados al Agromercado; principalmente productores y vendedores, quienes son a su vez agricultores, campesinos, pequeños y medianos productores, representantes de colectivos, académicos y aprendidos empíricamente; seguidamente aquellos que se relacionan directa o indirectamente con el Agromercado pero no hacen parte de los anteriores: institucionales, académicos, colectivos, ONG; y finalmente, los consumidores del mercado. Todos estos concebidos aquí como actores de la sociedad que desempeñan importantes funciones directa e indirectamente en torno a la alimentación, el cuidado y aprovechamiento responsable de los ecosistemas; son portadores de conocimientos y prácticas tradicionales benéficas para la vida, gestores de procesos y acompañantes de iniciativas que promueven y apoyan cambios importantes para mejorar la calidad de vida, el respeto de los derechos humanos y la búsqueda de relaciones sociales y económicas más solidarias y humanas que no trasgredan la dignidad de las personas.

Para el desarrollo de esta investigación, fue necesario usar técnicas y herramientas como; la entrevista semiestructurada: definida por Vargas (2012) citando a Denzin y Lincoln (2005: 643), es “una conversación, es el arte de realizar preguntas y escuchar respuestas” quien complementa que “esta técnica está fuertemente influenciada por las características personales del entrevistador” p.121; la encuesta, definida por García Ferrando, citado en Casas, Repullo, Donado (2003) como “una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características” p. 143. El diario de campo entendido como un instrumento para la recolección de datos que puede ser a través de escritos, esquemas, citas,

dibujos y demás; y la acción participante entendida como el proceso en el cual el investigador además de describir y anotar todo lo que observa del grupo o situación, participa de esta a través del contacto con lo investigado.

Así pues, para este ejercicio se realizaron en total 14 entrevistas semiestructuradas, divididas en tres grupos de entrevistados (cinco a integrantes del Agromercado, cuatro a actores institucionales y cinco a personas al azar en el municipio); la observación participante se dio en varios días de mercado; se realizaron tres encuestas diferentes (una primera aplicada a 29 integrantes en varios días de mercado, una segunda aplicada a 20 integrantes en un día de mercado y una tercera aplicada a 36 visitantes y usuarios del mercado); el diario de campo como herramienta fundamental para la toma de datos; y grabadora de voz utilizada para las diferentes entrevistas. La información recolectada fue categorizada, entendiendo que las categorías y subcategorías establecen una función importante en una investigación, estas entendidas como “ordenadores epistemológicos” (Galeano, 2004), agrupaciones temáticas que sirven para clasificar, comparar, interpretar la información y los datos que se va encontrando.

Para el estudio de este caso se seleccionaron las siguientes categorías en función de las cuales se diseñaron los anteriores instrumentos mencionados:

Actores asociados al Agromercado: Desde las ciencias sociales un actor es un sujeto colectivo entre el individuo y el Estado, que actúa en pro de defender diversos intereses a través de acciones participativas y de la representación de la sociedad. También puede ser entendido como aquel poseedor de identidad, que juega un papel fundamental en la sociedad.

Los actores se pueden dividir de diversas maneras; desde su razón de ser, desde el tipo de objetivos que persiguen, desde su función en la sociedad, etc. En esta categoría se subdividen

de la siguiente manera: actores públicos y/o institucionales, actores privados (empresariales, culturales, organizaciones, individuales), actores sociales (movimientos, colectivos y actores público-privados, otros actores).

Espacios de dialogo y apropiación: Entendiendo como aquellos encuentros donde se comparten saberes, información, objetivos, modos de participación, nivel de organización, fortalecimiento a las capacidades locales, entre los actores, incluyendo, frecuencia de encuentros, toma de decisiones y demás variables asociadas que permiten al investigador reconocer las formas de organización, análisis de redes e interacción.

Sistema de producción agropecuaria: Entendido como el conjunto de insumos, técnicas, mano de obra, tenencia de la tierra y de la organización de la población para producir uno o más productos agrícolas o pecuarios. En este sentido las subcategorías de análisis son: fuerza de trabajo (Familiar, grupal o comunal, gran empresa); tamaño de la unidad productiva; **y, capital:** relacionado a la tenencia y uso de aparatos tecnológicos en la producción y transformación de alimentos y otros productos.

Tipo de agricultura: Tomando como referencia la clasificación de Sáez, 2010, p. 5- 6:

- Según la magnitud de la producción y la relación con el mercado: Agricultura de subsistencia (producción de cantidad mínima de comida necesaria para cubrir las necesidades del agricultor, sin apenas excedentes de comercializar) y Agricultura industrial (producción de grandes cantidades, utilizando costos medios de producción para obtener excedentes y comercializarlos).
- Según se pretenda obtener el máximo rendimiento o la mínima utilización de otros medios de producción; se determina en la huella ecológica: Agricultura intensiva

(producción grande en poco espacio) y Agricultura extensiva (mayor superficie de cultivo provocando menor presión en el suelo y las relaciones ecológicas).

- Según método y objetivos: Agricultura convencional o moderna (se basa en sistemas intensivos, enfocada a producir grandes cantidades de alimentos en menos tiempo y espacio.), Agricultura ecológica, biológica y orgánica -Agroecología-(diversos sistemas de producción que respetan las características ecológicas de los lugares y geobiológicas de los suelos, procurando respetar las estaciones y distribuciones naturales de las especies vegetales.) y Agricultura natural (preconiza la búsqueda de la armonía, la salud y la prosperidad entre los seres vivos como fruto de la conservación del ambiente natural y respeto de sus leyes; el sistema utiliza propios abonos orgánicos).

Economía local: Desde esta perspectiva se entiende la economía local como el flujo de movimientos económicos del mercado, desde los consumidores del mercado, la frecuencia de visitas y la retribución a los productores, precios, formas de intercambio, contribución a la economía familiar y/o personal.

Comunicación: La comunicación como acción fundamental para la interacción social determina el nivel de organización entre los grupos, en este caso, dentro del mercado, determina la disposición para poner puntos en acuerdo, en desacuerdo y la proposición de estrategias dentro del conjunto. Esta categoría pretende especificar las formas y los medios de comunicación entre los actores del Agromercado, así como su participación e influencia derivada de esta.

Acciones asociadas al mercado diferente a producción/manipulación de alimentos: En esta categoría se especifica todas aquellas acciones, actividades, tareas, quehaceres, diferentes

a la producción y transformación de alimentos. Tales como el cultivo de plantas, plántulas y semillas, actos culturales, entre otros.

Capítulo 3: Análisis y resultados

3.1 Entre la Soberanía Alimentaria y El Desarrollo Endógeno: El Agromercado Como Practica de Soberanía Alimentaria y de Desarrollo Desde Abajo Hacia Arriba

La soberanía alimentaria más que un concepto que define el derecho de los pueblos a elegir cómo alimentarse, de qué calidad y de qué procedencia, abarca una serie de movimientos y emprendimientos sociales y comunitarios promovidos por diferentes actores de la sociedad que han sido olvidados y subyugados por la creciente globalidad; es a lo que referimos aquí cuando hablamos de procesos de soberanía alimentaria en donde se pasa del concepto a la práctica.

A este respecto, el Agromercado Campesino, referido aquí como un proceso de soberanía alimentaria, (puesto que se caracteriza por reunir la producción propia de pequeños y medianos agricultores, madres, padres y familias que cultivan y procesan orgánicamente alimentos y productos) surge en el municipio de El Carmen de Viboral, Antioquia en el año 2015 desde la necesidad de incentivar la comercialización del campesinado y productos provenientes de la ruralidad municipal; necesidad prevista desde la institucionalidad tras la realización del diagnóstico rápido participativo para la Política Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional realizado en el mismo año, en el que se encontraron problemáticas como la pérdida de vocación agrícola, poca producción de alimentos para el autoconsumo de las familias, falta de estrategias para la comercialización de productos que no tienen una oferta continua,

insuficiente capacitación en la parte técnica y gremial relacionada con la producción y comercialización de alimentos, costos de producción más altos que los precios de venta de los productos, bajo poder adquisitivo para acceder a la canasta básica de los alimentos, entre otras problemáticas. A la fecha, dicho mercado lo integran entre 30 y 40 productores y/o transformadores que a su vez son campesinos, familias productoras, pequeños y medianos productores, académicos y estudiados en áreas de cocina, agronomía, agroecología y las plantas; éstos hacen del Agromercado Campesino un espacio diverso en el que aunque existe diversidad de posturas e intereses individuales, se nutre principalmente de un ambiente de conciencia, de amor y respeto por la tierra, por quien la produce y por quien la transforma en alimentos y medicina. Sin dejar de lado la agricultura sostenible y agroecológica, los procesos limpios de transformación de alimentos, productos medicinales y el cuidado de plantas y semillas.

Se debe decir que el mercado se consolidó como Agromercado campesino tras la fusión de esta iniciativa procedente de la SECRETARÍA DE SALUD Y DESARROLLO con la iniciativa de Agro ferias¹ llevada a cabo por la SECRETARÍA DE AGRICULTURA, la cuales contenían intereses similares con ciertas diferencias en torno a organización y focalización de actores. Teniendo en cuenta lo anterior, por razones metodológicas este trabajo se enfoca a las acciones impulsadas desde la primera secretaria anteriormente nombrada.

En concordancia con lo anterior, el mercado campesino tiene como objetivo principal, “promover la producción agrícola y los transformados artesanales locales de la agricultura familiar del municipio a través de la comercialización, cuya economía dependa principalmente de esta actividad con bienes y servicios social, cultural ambiental, y económicamente

¹ Programa del Ministerio de Agricultura

responsables, promotores de las buenas prácticas agrícolas y manufacturas.” Y cuenta con unos principios rectores como lo son “la responsabilidad, la confianza, la calidad, el respeto, la cooperación, la equidad y la diversidad, la competitividad y la productividad, la sostenibilidad económica; procurar un crecimiento económico equitativo que brinde nuevas oportunidades de desarrollo en los productores que lleve a que los mercados campesinos sean autosostenibles.” Desde esta perspectiva el mercado campesino se propone desde “un enfoque de recuperación de vocación agrícola como una característica cultural de la población del territorio y la cultura.” (F. Gutiérrez, comunicación personal, 30 octubre 2019). Poniendo en claridad una apuesta por un desarrollo inclusivo y participativo enfocando al campesino y la persona rural como actor principal de este.

Frente a las características generales de los integrantes del mercado y según los resultados de una de las encuestas aplicadas, en este caso a 29 integrantes del mercado, se encontró que el 52% de estos son mujeres y el 48% son hombres, donde un 17% tienen entre 18 y 30 años, un 28% entre 31 y 50 años y, un 51% tienen más de 51 años. Del total de personas, el 90% pertenecen a 15 veredas del Municipio, (Boquerón, La Sonadora, La Palma, Rivera, Samaria, Campo Alegre, San Lorenzo, La Aurora, La Esperanza, La Florida, Camargo, Puente Larga, Betania, Santa Rita, y Vallejuelito) y solo el 10% pertenecen a barrios Municipales (3 personas). De este total de integrantes encuestados el 48% son productores y transformadores de productos (14 personas) mientras que el 28% son únicamente productores de alimentos y/o plantas y semillas (8 personas) y el 21% únicamente son transformadores de alimentos y otros productos (6 personas). De estos procesos se resalta que el 79% de los integrantes del mercado trabaja con mano de obra familiar en las diversas labores de la transformación y/o producción y el 21% lo hace de forma independiente o con ayuda de personas externas a la familia.

Los anteriores datos permiten evidenciar y resaltar que el enfoque de este proceso en el contexto de la soberanía alimentaria está centrado en una acción colectiva que está integrada en su mayoría por la persona rural, ésta entendida aquí como actor fundamental para la producción de alimentos, extracción de materia primas, cuidador de los bosques, aguas y los diversos ecosistemas, que desarrolla su vida y cultura alrededor de estos y quienes, en un contexto general, no son retribuidos en proporción a los beneficios que generan para la alimentación a nivel mundial; también, se destaca la participación de la mujer y la familia en los procesos productivos, esto, desde un contexto nacional en el que según Jiménez, Berrío, Suaza Montoya y Aguilar, (2018) “los agricultores familiares responden por cerca del 60% del volumen de la producción agrícola del país (sin incluir café)... y cerca del 80% de los alimentos perecederos que consumimos provienen de la Agricultura Campesina Familiar y Comunitaria” (p.22); asimismo, el Agromercado se caracteriza como propuesta para la búsqueda de soluciones a problemáticas del campo a nivel local (con la eliminación del intermediario por ejemplo) y como una acción social que resalta las tradiciones y la cultura como símbolo de arraigo territorial y aportantes a una mejor construcción de los territorios. Sin embargo, se destaca la baja participación autónoma de los jóvenes menores de 30 años, esto como producto de las condiciones económicas desfavorables que posiciona hoy la agricultura como sustento de vida.

En este sentido, el objeto de esta sección es dar a conocer cómo a través de esta iniciativa de mercado campesino y como proceso de soberanía alimentaria es posible aportar al desarrollo desde una perspectiva endógena; es decir, desde la participación/inclusión de diferentes actores de la sociedad en la que priman las relaciones más de



horizontalidad que de verticalidad, que según Santos (2006) las primeras se entienden “como una situación psíquica y social, interior y exterior al sujeto, en la cual ningún hombre anula la libre expresión del otro, sino más bien un apoyo para el conocimiento” (sección 1 párrafo 5) y las segundas, como “una determinada lógica en la percepción del mundo y en las relaciones humanas, que funciona jerarquizando a los hombres y produciendo estructuras verticales en las sociedades humanas” (sección 2, párrafo 1); se asocia al desarrollo como un término que integra lo ambiental, lo cultural, lo económico, lo social y lo político como un hacer conjunto desde abajo hacia arriba; desde las necesidades, características y capacidades propias de una comunidad, de un territorio. Así, para garantizar la condición endógena en un territorio es necesario hacer que la relación entre ciudadano, territorio y Estado no solo se dé desde la contribución a la actividad económica, sino que plantea una forma diferente de hacer sobre el

territorio y no desde un mercado global que somete a los países con accesos diferenciados al mercado. (Pilonieta y Ochoa, 2006)

Desde este punto de vista el Agromercado Campesino se posiciona en el municipio como una propuesta para fortalecer las economías campesinas y rurales, disminuir la brecha entre productor y consumidor eliminando el intermediario, pues, son estas mismas personas quienes venden sus productos; con el fin de promover una alimentación sana y volver a alimentos que las fuerzas del mercado y la economía han dejado a un lado, así como volver a los saberes ancestrales en torno a la producción, transformación de alimentos e incluso a la comercialización; el conocimiento y uso de plantas medicinales que la misma tierra produce, así como la propagación y cuidado de semillas y plántulas nativas. Una propuesta que contrapone las lógicas actuales del mercado y del desarrollo económico, que busca una calidad de vida enfocada a las buenas prácticas y la economía social solidaria, además de reunir intereses colectivos de actores, dar voz y voto en la construcción colectiva y la búsqueda de un bienestar conjunto e integrador abarcando esa relación dinámica entre ciudadanos, territorio y Estado.

A propósito, algunos integrantes del mercado dicen:

El mercado es una forma de visibilizar a los campesinos, dar a conocer la agroecología. Las personas poco a poco se han interesado por saber, conocer y adquirir una conciencia en el consumo y la alimentación; es una iniciativa en la que la alcaldía, por ejemplo, se ha interesado más por saber las problemáticas de los campesinos, además, es un apoyo directo al productor y campesino, el mercado es visitado por diferentes personas locales y turistas. (Entrevista 1 a integrante del Agromercado, comunicación personal, 10 de enero de 2020)

Es un gran beneficio- el aporte del mercado al desarrollo- porque estamos llegando con comida sana, orgánica, limpia; -enseñando una cultura- de dejar de comer alimentos procesados y consumir lo mejor posible. A nosotros se nos olvidó comer bien, antes comíamos diferentes frutas, hortalizas procedentes de la huerta de la casa, ahora comemos químicos con todo; plásticos en los alimentos, contaminamos más el planeta, crece la selva, pero de cemento. Ahora vemos cultivos de flores, edificaciones en donde antes se cultivaba la tierra. (Entrevista 3 a integrante del Agromercado, comunicación personal, 12 de enero de 2020)

En vista de lo anterior, la concertación del Agromercado campesino a lo largo de estos cinco años ha conllevado un proceso de trabajo conjunto liderado por la alcaldía municipal específicamente desde las Secretarías de Salud y Desarrollo y Secretaría de Agricultura y con el apoyo de la Gobernación de Antioquia, pero, caracterizado por los pequeños y medianos productores, campesinos, mujeres, familias y demás integrantes, concebidos como principales actores de éste. A lo largo de su proceso ha contado con la participación de diferentes organizaciones, colectivos y agrupaciones, como lo son el Servicio Nacional de Aprendizaje “SENA”, la Cooperativa Alborada, la Corporación Autónoma Regional de las Cuencas de los Ríos Negro y Nare “CORNARE”, la Corporación Ambiental Gedi “CORPOGEDI”, colectivo Agrodescendientes, colectivos de agroecología que hacen presencia en el municipio y la subregión y entre otros más, contribuyendo con el fortalecimiento de diversos procesos asociados al mercado. (F. Gutiérrez, comunicación personal, 30 de octubre 2019)

Para identificar este proceso de soberanía alimentaria como un aportante al desarrollo endógeno a nivel local, en este apartado nos basamos en un instrumento de observación de experiencias locales de desarrollo endógeno diseñado y propuesto por Petrizzo, et al. (2006)

quienes destacan tres ejes como principales impulsores característicos de este desarrollo: la decisión local, el control y el enriquecimiento locales.

Como primer eje fundamental, **la decisión local** permite reconocer la existencia de mecanismos y desempeño para la toma de decisiones, en este sentido se observan: *espacios de diálogo* concebidos como instancias físicas o virtuales que propician el diálogo y el debate entre actores de la sociedad; *espacios de organización social* entendidos como aquellos que posibilitan la agrupación de ciudadanos en torno a intereses colectivos; *los espacios de interacción ciudadana* “entendidos como instancias en la que los individuos desarrollan vínculos informales, y referidos a la esfera de las prácticas sociales vinculadas con el bienestar del colectivo”(p.45) y las por último las *formas de apropiación de la información*.

Para nuestro caso puntual en términos de *espacios de diálogo*, el mercado campesino se propuso como iniciativa desde la institucionalidad municipal a través de convocatorias abiertas dirigidas a la persona rural o relacionada estrechamente con el campo, promovida a través de las Juntas de Acción Comunal veredales; este, como primer espacio abierto para la participación social, la divulgación de información, reunión de la ciudadanía y como medio para conformar el mercado campesino. Es necesario resaltar que quien fortalece y le da sentido a este, es cada una de las personas que ofrecen sus productos cada día de mercado y se integra con un sentido de compromiso, por el cual se hace necesario y como requisito participar de las reuniones periódicas o cuando son necesarias, convocadas por las personas que lideran desde las secretarías. Aquí es donde hablamos de *espacios de organización social*; pues en este espacio se evalúan los alcances del mercado, los compromisos internos respecto a organización, orden,

mesas de trabajo, cumplimiento de los requisitos y principios rectores y demás temas pertinentes para debatir y dialogar.

De acuerdo con los autores del instrumento, un aspecto fundamental aquí es la inclusión y reconocimiento de <nuevos> actores, entendiendo *nuevos* como la reivindicación de estos como aportantes en la construcción social colectiva. En este sentido, es necesario resaltar y recordar que el proceso de construcción del Agromercado campesino rescata las voces de campesinos, pequeños y medianos productores, jóvenes y mujeres campesinas y/o rurales, en los procesos de producción, de transformación y de comercialización, en la búsqueda de un desarrollo adecuado a sus necesidades y características culturales y la inclusión en el mercado económico de acuerdo con estas mismas, de tal manera, que los beneficios sean retribuidos más equitativamente teniendo en cuenta su función social como productores de comida, como soberanos de los alimentos y como poseedores de conocimientos, sin dejar de lado a los académicos y estudiados en el área que promueven junto con estos, la recuperación de conocimientos y practicas ancestrales en torno al cuidado de la tierra, la recuperación de semillas nativas, el aprovechamiento de plantas medicinales y la propagación de saberes y conocimiento en torno a los productos que se ofrecen en el mercado

En términos de espacios de interacción ciudadana, el propio mercado en los días de venta posibilita que cada uno de los integrantes productores y trasformadores se apropie de este y lo sientan más que como un espacio abierto a la comercialización, como un espacio de compartires colectivos de saberes, sabores, aprendizajes, experiencias, tanto entre esos mismos como con el público que visita. Además de este espacio en el propio día de mercado, la relación de amistad

y compañerismo entre estos permite que los espacios de interacción ciudadana se puedan dar en otros momentos, sin dejar de lado los encuentros anuales para compartir y disfrutar del ocio.

Como último componente del eje de decisión local se tienen las *formas de apropiación de la información*, hace referencia a los instrumentos que “permiten a los ciudadanos conocerse y reconocerse, y tomar consciencia de sus potencialidades y valores en tanto que comunidad.” (Petruzzo et al.,2006, p.46). En este sentido el Agromercado campesino como acción colectiva tiene una organización interna en torno al conocimiento y caracterización de cada una de las personas que lo integran; se tienen unos requisitos (tales como que, la producción sea propia y autónoma de cada persona, las personas deben ser campesinos o vivir en la zona rural, los productos sean agroecológicos y en caso de que no, hacer la claridad, cumplir con asistencia permanente a los encuentros, reuniones y días de mercado, entre otros) y principios fundamentales para estar allí y permitir que este espacio funcione correctamente; también se busca empoderar a cada uno tras el fortalecimiento de saberes, capacitaciones en diferentes temas asociados con el manejo y manipulación de alimentos, talleres de huertas sostenibles, preparación de abono orgánico, transformación de alimentos artesanalmente, talleres de costos, taller de fortalecimiento de la cadena productiva y además de la colaboración entre los integrantes con los diversos conocimientos que cada persona posee que se dan, por ejemplo, través de charlas y visitas guiadas a las unidades de producción en torno a diferentes procesos que cada persona lleva.

-estar en el Agromercado brinda- la posibilidad de abrir mercado a los excedentes de la finca. Es un espacio que puede quitar la brecha del intermediario, entregar directamente al consumidor así gana uno como vendedor y otro como consumidor. También la posibilidad de que la gente adquiera conciencia de nuevos productos que se han dejado u olvidado y que

a la larga no hay tantos enredos con INVIMA² u otras regulaciones; aunque el mercado está avalado desde la alcaldía municipal, se presta un poco la informalidad. Otra cosa que motiva es crear relación de confianza, creer en el otro en este tipo de espacios; como persona que produzco he defendido eso de que tenemos que ser responsables y muy serios con lo que estamos vendiendo. Crear la relación de confianza y respeto con el otro. Otra cosa que motiva en el mercado es que no estoy atado a ciertos volúmenes y requisitos de cumplimientos porque si no uno termina convirtiéndose en un objeto del comercio y no alguien que cuida la finca. Es también obedecer a la misma dinámica de la tierra; es ir al ritmo de ella y no imponer unos productos y mercados como a capricho de uno... ahí es donde la gente tiene que recurrir a la agricultura química. Para trabajar la tierra hay que tener disposición y ganas de trabajar.” (Entrevista 2 a integrante del Agromercado, comunicación personal, 12 de enero 2020)

El **control local** como segundo eje característico del desarrollo endógeno, se refiere precisamente a la descripción y seguimiento de si la conjugación de los medios y los fines ocurre localmente y permite cumplir con los fines del colectivo, es decir, el ejercicio de contraloría que vigila el cumplimiento de los objetivos colectivos y beneficia al nivel local; se resume a través de la observación de: *instrumentos de contraloría* los cuales se entienden “como aquello de lo que se puede servir el ciudadano en el ejercicio de su labor como partícipe en la ejecución de la decisión es el encargado de responder por el destino de las acciones acometidas enmarcadas en la opción de desarrollo escogida colectivamente”; los *indicadores de seguimiento* permiten verificar la permanencia en el tiempo de los instrumentos participativos de apropiación de la información y la *incidencia de los actores en la opción de desarrollo* referida como la que le da

² Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos

sentido a la acción colectiva, la incidencia positiva que, de acuerdo a los actores “se puede observar a través de la adopción de medidas que adecuen la actitud de los actores en beneficio de la opción de desarrollo” en beneficio de los intereses y fines constructivos de estos.

En términos específicos, se debe entender que el mercado campesino está en proceso de construcción y poco a poco se ha ido adecuando y organizando de acuerdo con los objetivos establecidos y su razón de ser. En este sentido se puede decir que, en relación con los instrumentos *de contraloría*, aunque no son definidos específicamente, a nivel interno en la organización del mercado cada integrante tiene el derecho y el deber de vigilar y evaluar el cumplimiento de los principios rectores, el uso de la cuota común, los medios de transporte y recursos que reciben desde la alcaldía las personas que más lo requieren. Por este mismo camino de proceso de construcción, *los indicadores de seguimiento* aún no son claros y específicos, pero se puede datar del enriquecimiento personal y profesional en saberes del integrante del mercado en todo el proceso de participación de este.

La incidencia de los actores en la opción de desarrollo como carácter fundamental del desarrollo endógeno se puede observar a través de la apropiación de estos en sus conocimientos, en cuando hablan de sus productos a sus clientes y compañeros con sentido de apropiación y sobre todo, cuando se reconocen como actores que contribuyen o pueden contribuir al bienestar de las familias, de sus vecinos y de quien quiera aprender de los que saben, refiriéndose precisamente a la alimentación sana, a las prácticas culturales en torno a los alimentos y el compartir con la familia. Aspectos que se desarrollan más adelante en una próxima sesión.

Para mí, el desarrollo debería ser de para atrás, porque el mundo está llegando a un precipicio y no queremos aceptarlo. Entonces si ahora queremos trabajar en un verdadero

desarrollo, tendríamos que dar un salto atrás y buscar el camino que es; ese camino ya lo tenían claro nuestras culturas ancestrales, todo está revelado por ejemplo el legado de los mayas. Eso implica tomar otros hábitos, retomar la tierra y todo eso que estamos haciendo son pequeños pasitos; la vida no es algo lineal hay retrocesos y tenemos que volver, pero ¿desarrollo? ¿desarrollarnos más para qué y para dónde? Con ese desarrollo económico estamos perdidos y más embolados cada día... si nosotros no vemos el desarrollo desde el crecimiento personal, desde nuestro plano espiritual; un desarrollo donde la gente tiene que adquirir más conciencia, más respeto por el otro, por la tierra, ese es el desarrollo -al- que hay que apuntarle. Todo este supuestamente desarrollo y progreso que se está dando en la nación con el urbanismo y todo eso... -lo que se debe- es aprovechar la tierra, respetar lo 3000m en las propiedades veredales, tierra en la que puedo vivir con mis hijas y esposa y producir en la huerta y con los excedentes comprar lo que no produce. (Entrevista 2 a integrante del Agromercado, comunicación personal, 12 de enero 2020)

(...) pienso que, si hay desarrollo en el municipio -enfocado- al campesino, -significa- que lo apoyen mucho -y así éste- se motiva más a cultivar... a medida que el mercado va creciendo -se puede hablar de un aporte del Agromercado al desarrollo del Municipio- pero que -debe estar- acompañado con del apoyo desde la alcaldía municipal, la secretaria de agricultura -y diferentes- entidades. (Entrevista 6 a integrante del Agromercado, comunicación personal, 1 de febrero 2020)

...-para- las personas que van al mercado y consumen los productos -se da- el mejoramiento en la calidad de la alimentación; -por ejemplo- personas que se hayan curado de cáncer consumiendo todo lo que son productos sin químicos o que los niños terminan con las alergias, es un logro muy grande; que se mejora la calidad de vida en cuanto a lo económico con las familias (refiriéndose a quienes venden), desde que sea de verdad su producto, su

trabajo y su sudor.(Entrevista 4 a integrante del Agromercado, comunicación personal, 16 de enero 2020)

Uno de los objetivos fundamentales del mercado campesino es lograr que la producción sea agroecológica, limpia, orgánica, como quieras decirle. Eso incluye un proceso educativo muy importante del productor, pero también esa relación con el cliente incluye un proceso educativo del consumidor, por un lado. Por otro lado, tiene una injerencia política muy importante y sentida, muy evidente porque toca asuntos no solo de la producción, alimentación y de la salud, sino también, de las formas de manejo del territorio y de las formas de comercialización y de mercado, de los insumos y de las tecnologías foráneas; estamos hablando de dos capítulos diferentes de la producción agrícola, el capítulo de la revolución verde y el capítulo de la producción limpia. Dos cosas completamente, diametralmente opuestas. Entonces también en la forma productiva hay que hacer cambios profundos porque revolución verde planteó que el suelo es simplemente un soporte mecánico y que no tiene importancia; que lo que tiene importancia es la nutrición de las plantas y lo solucionaron con “tres costales” en el que uno tiene nitrógeno, en el otro fosforo y en el otro, potasio y mezclados unos elementos menores sintetizados por los laboratorios, lógicamente sintetizados a partir de plantas. Entonces más el control de plagas, es una manera ofensiva, bélica, de exterminio, con un desconocimiento profundo de la relación de los insectos con las plantas... En este momento hoy, pretender solucionar las condiciones actuales de los servicios ecosistémicos, es posible, pero retornar ya no es posible... (Entrevista 5 a integrante del Agromercado, 30 de enero 2020)

Y, como tercer eje fundamental, **la retención de beneficios o beneficio local** permite dar cuenta que los resultados de la opción de desarrollo escogida posibilitan construir un espacio abierto a la retroalimentación y de insumo o aporte a una lógica social característica de ese

territorio. Para este se evalúa el *enriquecimiento sociocultural* y el *enriquecimiento económico*, ambos se pueden observar a través de la existencia de beneficios locales proporcionados por la opción de desarrollo o el “quehacer” que motiva la acción colectiva, aunque desde el enriquecimiento económico se puede dar en términos de reinversión en el cual una unidad productiva contribuya a mejorar infraestructuras y en términos de realimentación entendida como el impacto en las actividades productivas donde haya generación de nuevos actores, nuevas instituciones e incidencia en indicadores de empleo, educación, acceso a servicios.

En este sentido desde el mercado campesino, el enriquecimiento sociocultural se evidencia a través de la recuperación de prácticas en torno a la producción de alimentos, tal como el cultivo diverso de plantas frutales, medicinales, verduras en una misma unidad productiva y en la comercialización con prácticas como el trueque; el posicionamiento como campesinos actores y la incidencia del proceso del mercado campesino en sus integrantes. Para hablar de *crecimiento económico* en este caso es posible referirnos aquí en términos de realimentación, en el sentido que el mercado campesino posibilita a sus integrantes reconocerlos como actores del comercio con el intercambio de sus productos, aunque en términos económicos no es posible hablar de una generación de empleo que les permita solo depender de sus actividades en el mercado, dejando claro que la motivación principal de la participación de estos no es meramente económica.

Finalmente, esta sección permite reconocer el Agromercado campesino como un ejercicio que posibilita pensar en el desarrollo como una construcción colectiva que integra diversos intereses, haceres y sentires y con complementariedad en los planos político, social, cultural, económico y geográficos. Desde sus acciones como grupo social y como propuesta el rescate de costumbres y culturas en torno a la tierra, la alimentación sana, saludable y la diversificación

de alimentos y semillas, permite reconocer como un proceso de soberanía alimentaria que posibilita el desarrollo endógeno desde el posicionamiento de actores como principales en su razón de ser.



3.2 Los Efectos Económicos, Sociales, Emocionales y Culturales que Genera El Agromercado a los Actores que Ofrecen Productos en ese Espacio.

El Agromercado campesino es un espacio de interacción social y ciudadana, de crecimiento personal, profesional y de intercambio sea monetario o a través del trueque; posibilita generar además de efectos económicos y sociales, efectos culturales y emocionales para los actores que lo conforman, enmarcando como conjunto, como se busca desde el desarrollo endógeno, que las condiciones y características culturales, económicas, ambientales, sociales, políticas e innovadoras de una determinada comunidad logren un fin más allá de la riqueza y el crecimiento económico de los pueblos, que es el bienestar, la satisfacción personal, profesional y la armonía con la naturaleza y los recursos naturales.

Para una completa descripción de esta sección resulta importante referir aquí algunos aspectos característicos de los 29 integrantes del mercado que fueron encuestados (73% del total de integrantes), teniendo en cuenta que, aunque no se obtuvo la información de la totalidad de las personas que lo integran (40), con esta muestra es posible destacar características y aspectos generales que evidencian condiciones y razones que les convocó como grupo para la búsqueda de mejores oportunidades y alternativas en torno a la comercialización, el desarrollo y el bienestar.

Como primero, los resultados de una primera encuesta arrojan que del total de encuestados el 52% pertenecen a los estratos socioeconómicos 1 y 2 (14% y 38% respectivamente), un 17% pertenecen al estrato 3, un 3% al estrato 4, mientras que el 28% no sabe o no responde a que estrato socioeconómico pertenece. Entendiendo la clasificación del DANE, “los estratos dan una aproximación a la diferencia socioeconómica jerarquizada de pobreza a riqueza”; los datos anteriores sugieren que por lo menos la mitad de personas encuestadas pertenecen a los niveles bajo-bajo o bajo, los cuales junto con el nivel 3 albergan a las personas con menores recursos y son beneficiarios de subsidios en los servicios públicos domiciliarios, mientras que el estrato 4 no es beneficiario de subsidios y paga exactamente el valor que le corresponde.

Y, en complemento, una segunda encuesta de caracterización económica y social destaca que: el 10% de encuestados vive solo, el 45% de los hogares de los encuestados está conformado entre de 1 y 2 personas diferentes al encuestado, mientras que el 40% está conformado por hogares entre 3 y 5 personas diferentes al encuestado y, en menor proporción el 5% equivale a los hogares conformados por 6 personas o más. De estos hogares, el 80% se sostiene económicamente con el trabajo de una o dos personas, mientras que el 20% con el de 3 o 4 personas, y, según los resultados de las encuestas el 40% de los hogares obtiene un ingreso

mensual menor a un Salario Mínimo Legal Vigente SMMLV (877,803.00) otro 40% obtiene 1 SMMLV o un poco más y un 20% obtiene entre 2 y 3 SMMLV o más.

Tabla 1.

Composición e ingresos de los hogares de los integrantes del Agromercado campesino

Hogares		Ingresos por hogar según su conformación			
Conformación de hogares	Porcentaje respecto a encuestados	Porcentaje de personas que aportan económicamente al hogar	Menos de 1 SMLV	1 SMLV o un poco más	Entre 2 y 3 SMLV
Una sola persona	10%		10%	0%	0%
1 a 2 personas	45%	80%	25%	10%	10%
3 a 5 personas	40%	20%	5%	25%	10%
6 personas o más	5%	0%	0%	5%	0%

De esta manera, con todo lo anterior y teniendo en cuenta la tabla 1, es posible sostener que del 73% de la totalidad de integrantes del Agromercado (40), la mitad de las personas tienen una baja capacidad adquisitiva, un 80% de hogares sobrevive con menos de 1 salario mínimo o un poco más de este y, sin olvidar que el 90% de estos pertenecen o desarrollan su vida cotidiana en las zonas rurales y alejadas de la cabecera municipal; evidencia de una realidad que se repite y/o asemeja al contexto de la ruralidad colombiana, en donde, según Jiménez et al. (2018), se estima que el 69% de esta población vive en situación de pobreza y un 33% vive en pobreza extrema, y con datos más acercados a la realidad local, de acuerdo con la medida de pobreza

multidimensional censal tomada del Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE en el año 2018, el 27,3% de centros poblados y rural disperso vive en condiciones de pobreza en contraste con el 13% para la zona urbana de El Carmen. Así pues, de acuerdo con Jiménez et al. (2018), las dificultades que enfrenta la ruralidad de Colombia que limitan el aprovechamiento pleno de las potencialidades económicas y sociales, se enmarcan en

(...) el acceso limitado a la tierra y los altos grados de concentración e informalidad en la propiedad de la misma, la débil oferta pública, las fallas de mercado, los elevados niveles de pobreza; el conflicto armado; el despojo y desplazamiento forzado; los desastres naturales; y la ausencia de una institucionalidad local y regional que trabaje por la ruralidad; los territorios en que viven generalmente no cuentan con una adecuada disponibilidad de infraestructura y servicios sociales y públicos; la ausencia de una educación pertinente y contextualizada; los espacios de participación con que cuentan para incidir en la política pública son pocos y difíciles de alcanzar. (p. 20)

Estas condiciones económicas, geográficas y sociales hacen necesario que las personas busquen diferentes formas de sustentarse a sí mismos y a sus familias; por lo cual, de acuerdo con las encuestas, los ingresos principales de los hogares de los encuestados provienen en orden de mayor a menor proporción de: la venta de los productos que ofrecen en el mercado por otros medios, la participación propia o de algún integrante de la familia en una empresa, trabajo por independiente o en un negocio familiar, alguna o algunas personas del núcleo familiar es asalariado o, la existencia de otra fuente de financiación. (60% ,35%,35%, 5% y 5%, respectivamente).

Y, consecuentemente, según las ventas mensuales de los productos en el mercado de los integrantes encuestados, el 35% obtiene un ingreso mensual de \$ 100.000 pesos o menos, el

30% obtiene entre \$ 100.000 y \$ 200.000 pesos, el 20% obtiene más de \$ 200.000 pesos y el 15% obtiene entre \$ 50.000 pesos o menos mensualmente. De estos ingresos, los encuestados señalan que, en orden de mayor a menor prioridad, invierten este dinero obtenido en: las diversas necesidades para el sustento del hogar (con un 80% seleccionado), en insumos y materias primas para la producción y elaboración final (con el 55%), en ajuste o cubrimiento total para el pago de servicios de salud (con el 20%), en educación sea propia o de sus hijos (con el 15%) y con un 10% en ocio, diversión y otros. En este sentido, con el fin de ejemplificar a qué porcentaje de los ingresos del hogar corresponden estos ingresos, suponiendo que como ingreso mínimo mensual para cada rango, es respectivamente, \$ 50.000, \$ 100.000, \$ 150.000 y \$ 250.000, y tomando como valores que \$ 700.000 equivale a menos que 1SMLV, \$ 1'200.000 equivale a 1SMLV o un poco más, \$ 1'800.000 a 2 SMLV y \$ 3'000.000 a 3 SMLV o más, se puede concluir que, en promedio, los integrantes del mercado encuestados pueden tener un ingreso mensual de \$ 127.500 producto de sus ventas y que en promedio este equivale al 13% del total de los ingresos familiares en cada hogar. (Ver tabla 2)

Tabla 2

Ingresos producto de las ventas en el mercado con relación a los ingresos de los hogares

Encuestado (a)	Ingresos específicos del mercado por encuestado	Ingresos familiares mensuales	Porcentaje
1	\$ 150.000,00	\$ 700.000,00	21%
2	\$ 150.000,00	\$ 700.000,00	21%
3	\$ 100.000,00	\$ 700.000,00	14%
4	\$ 50.000,00	\$ 700.000,00	7%
5	\$ 150.000,00	\$ 700.000,00	21%
6	\$ 150.000,00	\$ 700.000,00	21%
8	\$ 150.000,00	\$ 700.000,00	21%
9	\$ 250.000,00	\$ 1.200.000,00	21%
10	\$ 150.000,00	\$ 1.200.000,00	13%
11	\$ 100.000,00	\$ 1.800.000,00	6%
12	\$ 150.000,00	\$ 3.000.000,00	5%
13	\$ 100.000,00	\$ 700.000,00	14%
14	\$ 250.000,00	\$ 1.800.000,00	14%
15	\$ 100.000,00	\$ 1.800.000,00	6%
16	\$ 100.000,00	\$ 1.200.000,00	8%
17	\$ 100.000,00	\$ 1.200.000,00	8%
18	\$ 250.000,00	\$ 1.200.000,00	21%
19	\$ 50.000,00	\$ 1.200.000,00	4%
20	\$ 50.000,00	\$ 1.200.000,00	4%
Promedio:	\$ 127.500,00	\$ 1.120.000,00	13%

Así pues, para hablar en términos de los efectos económicos del Agromercado para los integrantes que lo componen, en general, se basan principalmente de los ingresos que obtienen por día en la venta de productos. Para entender mejor esto, es necesario precisar que el Agromercado se realiza en dos espacios diferentes según el día que corresponda (en el parque educativo Agua, Barro y Diversidad ubicado al sur del Municipio y en el parque central ubicado en la cabecera municipal), se debe tener en cuenta que no todos los integrantes participan en los dos mercados: del total de productores y trasformadores encuestados el 70% participa

siempre o regularmente en los dos, el 15% en uno más que en otro y otro 15% solo en un mercado. Además, el flujo de personas también varía para cada lugar de acuerdo con su proximidad con el centro y la periferia y, los ingresos también varían dependiendo de los productos que cada persona oferta, de la capacidad que tiene cada persona para producir o transformar, así como las condiciones climáticas y espaciales de las unidades de producción.

Todo lo anterior permite evidenciar que los ingresos que se obtienen en el mercado mensualmente ayudan a cubrir diferentes necesidades, siendo principalmente, el sustento del hogar y la reinversión para la producción de los diferentes bienes que se ofrecen, lo que traduce, a estos como ingresos del hogar, por lo cual, por un lado no es posible tomar esta actividad como una fuente generadora de empleo, pues se debe tener en cuenta que “la Organización Internacional del Trabajo (OIT) entiende el “pleno empleo” como el escenario donde a) hay trabajo para todas las personas que quieren trabajar y están en busca de él; b) tal empleo es tan productivo como es posible; y c) los individuos tienen la libertad de elegir el empleo. Las situaciones que no satisfagan el punto a) son consideradas como desempleo, las que no satisfagan b) y c) se refieren a subempleo” (Enríquez y Galindo, 2015, p. 2) y, por otro lado, desde el Agromercado campesino, así como es actualmente, no es posible hablar de un enriquecimiento significativo económicamente sino más como una fuente extra de ingresos que ayuda a cubrir gastos de inversión y necesidades de los hogares.

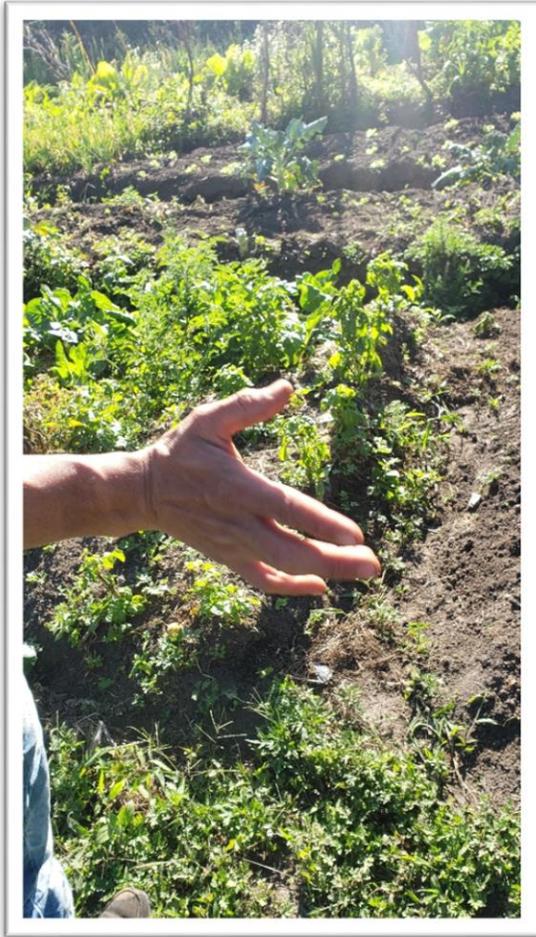
Continuando con la descripción de los efectos que genera el mercado a sus integrantes, en términos de efectos sociales se debe decir que este espacio posibilita la interacción social y el debate de diferentes temas que convocan; tales como el funcionamiento interno y externo del mercado, el compromiso de cada persona al tener un lugar allí, y aunque, no explícitamente pero inmerso, está el reconocimiento a estos como actores de la sociedad que buscan contribuir

al mejoramiento de la calidad de vida propia y de las personas que le rodean. En este sentido, en este ejercicio destacamos cuatro grupos de actores que reúnen a los integrantes del Agromercado, definidos por estos mismos y reconocidos también aquí como actores en la práctica de la soberanía alimentaria: el campesinado, las mujeres, la familia y los académicos y estudiados.

El campesino, es definido por actores del Agromercado como una figura que ha perdido reconocimiento dentro de la sociedad por los diferentes contextos históricos relacionados al conflicto interno del país, la revolución verde, el incentivo del gobierno hacia la agroindustria y el poco apoyo a los pequeños y medianos productores y campesinos; este como un “héroe oprimido, dejado a un lado de la sociedad y que ha perdido su dignidad” (definido así por integrante del Agromercado) pero que tiene funciones tan importantes como ser la despensa de la ciudad con la producción de alimentos; una persona que vive para cultivar y amar su tierra y sus animales, pero que, las condiciones económicas, sociales, geográficas y las políticas impuestas le contraponen disyuntivas entre cuidar y proteger sus tierras o comer y sostenerse económicamente.

(...) en esencia todos llevamos el espíritu y alma de campesinos, que lo reconozcamos o no lo reconozcamos es otra cosa y de ahí parte el problema: si nosotros no nos reconocemos, menos el gobierno nos va a reconocer. Ahora, para que lo reconozcan o no reconozcan a uno poco importa, pero que como mínimo debe ser una labor y una tarea que se respete y eso es lo que a veces no pasa, que se respeten las tierras - por parte del gobierno- que son para cultivar.... Pero el valor está ahí implícito, -nos- tenemos que reconocer nosotros primero como campesinos; para un país el campesino es sinónimo de pobreza cuando realmente los países más ricos del mundo van a ser los que todavía se conserven rurales,

porque son pueblos que van a garantizar su soberanía alimentaria. (Entrevista 2 a integrante del Agromercado, comunicación personal, 12 de enero 2020)



Se debe resaltar, que desde este punto de vista, el sector campesino se reconoce como actor abandonado por el Estado en el sentido que no se potencia el sector rural en términos del bienestar de la persona rural, las políticas económicas benefician a los grandes productores y se suma además el historial del campo colombiano en relación con el conflicto armado; cuestiones que han limitado la participación de estos en las diferentes decisiones territoriales, acciones colectivas y ha aumentado la desconfianza en el Gobierno, permitiendo así que la participación social y voluntaria sea muy poca.

A este respecto es importante destacar algunos datos que nos acercan un poco más a la realidad rural de Colombia permitiendo evidenciar algunas de las condiciones que imposibilitan que este sector goce de un pleno desarrollo, el desarrollo entendido aquí como un estado de bienestar, en el que las personas tengan el mismo acceso a los beneficios y recursos y que puedan mantener su estilo de vida a la par con su cultura bajo un sentido de responsabilidad y sostenibilidad con los recursos naturales. Según el último Censo Nacional Agropecuario (2014), el índice de pobreza multidimensional (IPM) ajustado destaca que el 45,7% de esta población, para ese año, estaba en condiciones de pobreza

multidimensional, dentro del cual los principales condicionantes de pobreza en los hogares fueron el bajo logro educativo con un 82,4% del total de hogares censados y las condiciones de vivienda en las que el 57,2% de la población no tiene servicio de acueducto, el 94% no tiene acceso a alcantarillado y el 45,2% no puede obtener agua de un acueducto público. Y en términos de afiliación al sistema de seguridad social en salud, el 96% de esa población se encuentra afiliada al sistema de seguridad social en salud de los cuales el 83,9% se encuentra en régimen de subsidiado y, para la población rural dispersa que se auto reconoce miembro de un grupo étnico, el 94% tiene acceso a salud, el 19,6% no sabe leer ni escribir y el 20,6 de la población entre 5y 16 años no asistía a una institución educativa. Y, en relación con los productores residentes en la zona rural, para el año 2013, el 24,2% de estos recibió algún tipo de asistencia y asesoría técnica, el acceso a crédito es escaso, pues, solo el 11% de los productores solicitó crédito, el 29% de los productores expresó contar con maquinaria para la realización de sus actividades y el 28,5% cuenta con infraestructura para estas.

Por otro lado pero en esta misma línea, respecto al papel de la mujer en los procesos productivos y comerciales se reconoce a esta como la persona que inventó la agricultura (que luego pasó a ser una actividad económica) pues fue esta quien cuidaba las plantas, las probaba para comer, quien guardaba las semillas en caso de tener que desplazarse a otros territorios y es la razón por la que sabe qué alimento es más saludable y nutriente para los suyos; además históricamente la mujer fue encargada de la educación de las personas por la misma distribución del trabajo y al tiempo sostener el hogar mientras el hombre cazaba o buscaba el sustento por fuera.

La mujer siempre ha estado incluida, que se evidencie o no, como se evidencia el trabajo del hombre, es una cuestión de la relación social y de la cultura machista, pero la mesa está

servida porque normalmente la mujer procesó el alimento; pero por otro lado no haber incluido la mujer en todo el proceso histórico fue haber perdido la mitad o más de la energía necesaria para construir un mundo justo y equilibrado: no haber considerado la participación femenina a la par con la participación masculina, ni haber valorado ese trabajo, sin incluirnos como gentes independientemente del sexo, fue una de las pérdidas irre recuperables en la historia, tan peligroso o más como haber perdido los ríos, haber perdido los suelos, como haber perdido las especies (...) (Entrevista 5 a integrante del Agromercado, comunicación personal, 30 de enero 2020)

Sin dejar de lado la necesidad de igualdad de condiciones y la cultura machista que persiste, se reconoce a la mujer como parte de un conjunto, que tiene las habilidades y capacidades para llegar a un objetivo al igual que todas las personas; a este respecto, en términos de participación ciudadana se resalta su participación mayoritaria en estos procesos a nivel del Municipio, destacándose como líderes que contribuyen a procesos comunales, asociaciones de mujeres y colectivos referidos al campesinado y la vida rural. Y, en lo que respecta al Agromercado, el 52% de los encuestados son mujeres, de las cuales el 47% pertenece a una Junta de Acción Comunal veredal, asociación o colectivo con fines sociales. Sin embargo, aunque este panorama es alentador en los discursos referidos al rol y desempeño de la mujer en la sociedad, por otro lado implica mayor carga de trabajo, pues se suma a la carga trabajo doméstico y de cuidados del hogar que históricamente recaen en esta (que no es remunerado) y, además, si de mujeres rurales se trata, aún más, teniendo en cuenta que estas también participan de los procesos productivos de la ruralidad que las estadísticas oficiales no tienen en cuenta y por lo tanto es trabajo invisibilizado y tampoco remunerado.

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO siglas en inglés), el 40% de las mujeres rurales latinoamericanas mayores de 15 años trabajan a diario pero no tienen ingresos propios y estas, de acuerdo con los censos de los años 2006 y 2007, son 1 a 2 veces más que las mujeres jefas de exportación, pero es un grupo que se encuentra subestimado, pues una gran parte de estas se auto clasifica como inactiva (que no trabaja ni busca trabajo) donde en promedio el 56% de mujeres rurales registra como población inactiva. En contraste con esto, según datos de la FAO y , el Instituto Interamericano de Cooperación para la agricultura IICA, ambos citados en Jiménez et al. (2018), entre el 60% y 80% de las mujeres producen alimentos en los países <en desarrollo> y la mitad de la producción mundial y el 45% de los alimentos que se consumen en los hogares son producidos por las mujeres rurales, entre estos granos, hortalizas y otros alimentos que hacen parte de la canasta básica de seguridad alimentaria y nutricional, de acuerdo con la misma fuente,

Las mujeres rurales se dedican principalmente a la agricultura de subsistencia, produciendo cultivos básicos (maíz, arroz, trigo) que suponen hasta el 90 % de los alimentos que se consumen en las zonas rurales más desfavorecidas. Además de que la producción de cereales, el cultivo de verduras, legumbres y frutas en los huertos familiares es una tarea exclusiva de las mujeres. Las mujeres son también responsables de la mayor parte de las actividades relacionadas con el procesamiento, conservación y comercialización de los productos agrícolas. (Jiménez et al.,2018, p.81)

Así pues, el trabajo y los conocimientos de las mujeres rurales tienen gran relevancia en el sostenimiento de los sistemas alimentarios locales, con un importante aporte y relevancia a la seguridad alimentaria y la economía local (Jiménez et al.,2018) sin embargo, aun con esto, las condiciones de desigualdad aún prevalecen. Algunas de estas, como la no remuneración ni

registro estadístico de la carga de trabajo y el acceso a la tierra; aunque la ley 30 de reforma agraria de 1988 que aproximó un paso para que las mujeres tuvieran acceso a tierra con los esfuerzos de la Asociación Nacional de Mujeres Campesinas e Indígenas ANMUCIC, solo un 11% de las mujeres a nivel nacional fueron beneficiarias entre 1962 y 1994, donde entre el periodo de 1962 y 1988 el tamaño promedio de las parcelas era de 8,12 has y en el periodo de 1989 y 1994 pasó a ser de 2,9 has en promedio por parcela en comparación con la de hombres, pues para ese último periodo, el promedio de parcela para estos era de 7,5 has (León y Deere, 1997). En contraste con datos más cercanos reportados en el último Censo Nacional Agropecuario, aún persiste esa diferenciación entre el tamaño de hectáreas entre hombres y mujeres, en donde el 78,4% de productoras tienen menos de 5 has y ocupa el 9,5% del área total. (Jiménez et al.,2018). Es por esto por lo que se requiere de un esfuerzo conjunto entre la sociedad, organizaciones, instituciones y políticas para lograr condiciones más justas y dignas para esta población que se muestra vulnerable.

En este mismo sentido, la familia representa el principal conjunto de la sociedad en donde se empiezan a trazar los principios humanos de las relaciones sociales; desde el punto de vista del mercado campesino y sus actores, se tiene como objetivo retomar la agricultura familiar sostenible en la que participan los integrantes del núcleo familiar en las diversas labores. A este respecto, la agricultura familiar es entendida, según Duque y Gonzales (2016) como

(...) una unidad sistemática de producción y consumo, que sustenta la reproducción de la unidad productiva -y de la propia familia- en el uso de mano de obra familiar y ocasionalmente con mano de obra asalariada, tiene acceso limitado a activos (tierra y capital), orienta su producción al autoconsumo y a los mercados y como hogar se

sustenta en diferentes estrategias agrícolas y no agrícolas de generación de ingresos.
(p.6)

Por su parte en Jiménez et al. (2018) citando al Comité Nacional de la Agricultura Familiar y a la Red Nacional de Agricultura Nacional, ésta se plantea como “la forma de realizar las actividades agrícolas, pecuarias, silvícolas, acuícolas y pesqueras que dependen fundamentalmente del trabajo familiar de hombres y mujeres.” (p.17). Se debe destacar que en el ejercicio de la agricultura familiar se combinan los aspectos económicos, ecológicos, políticos, sociales y culturales del territorio y que esta refiere a campesinos, indígenas, afrodescendientes; puede ser urbana, periurbana y neorrural; promueve y contribuye a la protección de los ecosistemas, genera oportunidades de trabajo rural, enfoca conocimientos propios del agro y del campo y concentra redes familiares y comunitarias. (Jiménez et al.,2018).

Pese a esto, de acuerdo con Jiménez et al. (2018) en Colombia la agricultura familiar presenta una alta heterogeneidad y se da de diversas formas, además, el acceso a la tierra es limitado, al igual que los bienes, el capital, los servicios de oferta pública y los mercados; algunas de las causas directas que esta enfrenta son: el acceso limitado al crédito, la baja participación en las asociaciones de la mujer rural y los jóvenes campesinos, el difícil acceso de bienes y



servicios de apoyo a la producción y comercialización, el reducido acceso a la propiedad de tierras para la actividad campesina, la insuficiente asociatividad en los territorios rurales, poco

reconocimiento social y político del campesinado, deficientes ingresos generados por las condiciones de vinculación económica en las regiones, que generan inseguridad alimentaria; acceso limitado a mercados locales y regiones que garanticen la seguridad alimentaria y las bajas oportunidades para que los jóvenes permanezcan en el campo.

En esos términos, los efectos del Agromercado recaen en la posibilidad de incluir a niños,



jóvenes, adultos y hasta ancianos en los procesos de producción y transformación ligados más al enriquecimiento de aprendizajes y de los lazos familiares que del económico meramente; a través, de la agricultura limpia y/o la agroecología. También es una forma de desligar las diferentes actividades y procesos a géneros, se habla de contribuir a la alimentación sana y diversa de los seres cercanos, de compartir conocimientos y saberes ancestrales a las generaciones futuras y así conservarlos.

Con respecto a los académicos y estudiados, incluimos aquí a los agroecólogos, a los expertos en cocina, agrónomos y demás personas que han estudiado académica y empíricamente

diferentes áreas del agro, las plantas y las semillas. En términos de efectos, el Agromercado es un escenario para compartir conocimientos, prácticas, modos de hacer entre estas mismas personas, formando redes de aprendizaje y apoyo en procesos que otros no saben o desconocen. Asimismo, estas personas aprenden constantemente tanto entre sí como entre sus clientes y visitantes del mercado.

Finalmente, en términos de efectos emocionales y culturales, el Agromercado ha contribuido al cambio productivo de personas que tradicionalmente cultivaban de forma convencional a la agricultura orgánica: cambio que representa la toma de conciencia respecto a la salud y el cuidado de la tierra que además incluye aspectos culturales en torno a la organización del trabajo, de los alimentos, la forma de alimentarse y la relación armónica con la naturaleza.

La agricultura como agri-cultura enseña que hay un conocimiento y formas de vida alrededor de eso. Son cientos y cientos de años aprendidos de la naturaleza y son los que hay que retomar. Tiene que existir una comunidad que consuma y cuide una planta para que la semilla se conserve. Con la agricultura química se han perdido muchas semillas y también por los hábitos alimenticios: si nosotros solo vamos a comer papas, arroz y huevos, sembramos papa, arroz, tengamos gallinas y lo demás se pierde; entonces, de esta manera se han perdido muchos alimentos, conocimientos, plantas comestibles y -hábitos saludables, pues- en la variedad de los alimentos está la salud. La revolución verde hizo que el campesino se enfocara en el cultivo y no en la tierra que provee ese cultivo, -esto último es lo que- se tiene que retomar; saber que sembramos es para comer con la calidad que yo quiero comer y también es pensar los dos lados: desde quien consume y desde quien siembra. (Entrevista 1 a integrante del Agromercado, comunicación personal, 10 de enero 2020)

A este respecto desde los integrantes del mercado se ha generado una cultura de comer sano, de recuperar tradiciones sostenibles, de transmitir lo que aprenden y experimentan cada día a sus familias, amigos y vecinos; de recuperar formas de intercambio como el trueque en el cual las personas se intercambian entre sí los alimentos y productos que cada uno necesita, así como el intercambio de semillas, plantas y árboles.

Nuestras primeras semillas que hay que cuidar son el agua y la tierra, (y mire cómo las tratamos), nosotros también somos semilla -y tenemos que cuidar- las demás semillas que nos alimentan. Muchos de los trabajos de mi casa no -con - el ánimo de producir a grande, sino para que -estas- se propaguen; a la larga es una tarea que le corresponde a -cada- uno y lo que -cada- uno debe asumir. Cuidar de nuestro jardín que es el que está toda la vida es de cuidado vital y no confío que la grande industria quiera hacerlo. (Entrevista 2, comunicación personal, 12 de enero 2020)

El Agromercado campesino pensado como una acción conjunta se vitaliza con el compromiso que cada persona asume como parte de un grupo, es por esto que más que valorado como una acción monetaria que genera ingresos, es valorado cualitativamente en términos de poner en circulación conocimientos, preparaciones, una cultura de vida con la tierra y la naturaleza y les motiva sobre todo, la idea de aportar un poco a la construcción de un mundo mejor, más equitativo, menos competitivo y de hombres más conscientes.

3.3 El Agromercado y la Economía Local de El Carmen De Viboral

Entendiendo la económica local como el estudio de la producción, distribución y consumo que se realiza dentro de una comunidad local, esta sección evidencia los efectos del Agromercado campesino en la economía del Municipio. Es necesario tener en cuenta que, tal como se concluye en el apartado anterior, la circulación monetaria es reducida, por lo que en

este sentido en términos de economía local también se reduce puntualmente a los aspectos de producción y comercialización de los productos y alimentos que, a menor escala, se ofrecen y comercian, en dicho espacio.

Según la página municipal, El Carmen de Viboral es un municipio que basa su economía en tres actividades principales: la agricultura, el comercio y la industria. Entre los principales productos que se obtienen a través de la agricultura son: la papa, el maíz, el frijol, la zanahoria, la yuca, el tomate, la lechuga, la col, la cebolla, la mora, la fresa, la uchuva y otras frutas propias del clima, además de productos que no constituyen alimento tales como la cabuya y las flores. Municipio anteriormente reconocido por ser parte de la despensa agrícola del departamento, pero que, con los diversos cambios poblacionales, la expansión urbanística y los cambios de uso del suelo, las dinámicas territoriales se han transformado y modificado.

En términos de efectos que genera el Agromercado campesino a la economía del municipio, se debe entender como primero que éste como proceso que se está constituyendo, no cuenta con un porcentaje fijo de producción, ni de productos que siempre están; pues se entiende que en este espacio se da la producción y transformación de bienes a menor escala y de manera artesanal, donde la forma de cultivarlos (agroecológicamente) influye en la cantidad, tamaño y calidad del producto final y, entendiendo también que productos (que también se venden en el Agromercado) no son rentables producirlos de manera agroecológica total o parcialmente, tal como el frijol o el aguacate.

Por lo tanto, en cuanto a economía local, el mercado aporta a la economía familiar de cada uno de los vendedores, que, según la encuesta aplicada, un 90% pertenecen a la ruralidad del municipio. Dentro de los objetivos del mercado está incentivar la economía social solidaria que se rige por valores como la equidad, la justicia, la fraternidad económica, la solidaridad social,

el compromiso con el entorno y la democracia directa; en este sentido, esta busca dar respuesta a los grandes niveles de desigualdad que el sistema genera, poniendo en el centro de la economía el bienestar de las personas, donde, los recursos, la riqueza, la producción y el consumo son solo medios para alcanzar tal fin. Se debe tener en cuenta que este mercado ha crecido y se ha fortalecido poco a poco más desde un interés emocional, de pasión por la agricultura, la agroecología, la idea de ayudar a otros a comer sanamente y cuidar la tierra como el principal factor de vida y abastecimiento. A propósito, Fanny Gutiérrez³ complementa:

Desde el mercado se promociona y hay un intento grande para que se genere un circuito de economía social solidaria, una economía diferente a la economía capitalista, que socaba, que agota; en cambio, en el mercado campesino esta es una economía que tiene una tendencia al cuidado del medio ambiente, a que esa producción de alimentos se haga precisamente -con el- cuidado los recursos naturales, por eso se fomenta tanto la agroecología, se rescatan tradiciones como el truque (todo no tiene que ser dinero). Entonces, pienso que el mercado es una estrategia que le aporta muchísimo al tema de la economía social solidaria y al desarrollo de la comunidad, entendida como una comunidad que viva en armonía en el sentido de la línea del Buen Vivir. (Entrevista 2 a institución, comunicación personal, 12 de febrero 2020)

Por lo anterior, el Buen Vivir o Vivir Bien se entiende como una forma de vida y de convivencia en armonía con la naturaleza y los seres humanos; es un concepto inspirado en la cultura de los pueblos indígenas andinos, centrándose en principios como la equidad social, la sustentabilidad ambiental y se muestra como una alternativa andina frente a la idea del desarrollo occidental (Cubillo, Hidalgo y García, 2014).

³ Nutricionista que dirige el Agromercado desde la Secretaría de salud

Por otro lado, el mercado campesino, aunque es conocido en el municipio, carece de gran reconocimiento y empoderamiento por parte de la misma población carmelitana; esto se refleja en un conteo realizado un día de mercado en la zona sur (Parque Educativo Agua, Barro y Biodiversidad), en el cual, menos de 450 personas visitaron el Agromercado, representando un 0,8% de la población total y en términos de sólo la población urbana, representa el 1.28% del total de esa población. Y, en complemento, un sondeo realizado al azar a algunas personas de diferentes géneros y edades del municipio se encontró que, en su mayoría, el Agromercado es conocido, pero ninguna de estas personas consume allí; las razones varían de acuerdo con la ubicación de su residencia y distancia con el lugar del Agromercado; la cercanía con mercados y legumbres convencionales y esto depende también de acuerdo con la persona que hace las compras en el hogar. En este sentido, estas personas reconocen la existencia de una falta de apropiación local relacionada al consumo de productos del campesino, el pequeño y mediano empresario, dictada a su vez por los hábitos de consumo, la apertura de mercados regionales, nacionales e internacionales que no permiten a los pequeños competir contra estos por las diversas variaciones en los costos de producción y el precio final y; la falta de cultura y educación hacia la promoción del consumo de productos locales.

Sin embargo de acuerdo con la encuesta de percepción al público se encontró que muchas de las personas que visitan el mercado lo hacen principalmente por tres razones: apoyo a la economía del campesino y la economía local (con un 59%), por cuestión de salud y buena alimentación (con un 53%) y por gusto y preferencia por este tipo de mercados (con un 36%), además, un 100% de la muestra encuestada considera que el mercado debe permanecer y crecer en el municipio y que este puede contribuir al desarrollo local a través del apoyo al campesino con la venta directa de los productos limpios del campo, como un aporte bidireccional en donde

estos se benefician económicamente y el cliente se beneficia en términos de salud y de calidad en la alimentación; se promueven las buenas prácticas ambientales, la utilización de semillas orgánicas y el restablecimiento de la tierra; un proyecto que brinda un espacio al campesino e incentiva a la compra de productos locales y al mismo tiempo propone una alternativa de consumo local responsable y uso de la tierra. También se destaca como una propuesta que mejora la calidad de vida tanto de quien vende como de quien consume, un espacio que incentiva el encuentro y la reunión de la comunidad carmelitana y a la toma de conciencia, que además se puede enlazar con actividades turísticas y crear una red de mercados campesinos ya que, por un lado el Agromercado es constantemente visitado por personas de diferentes lugares de la región y la presencia de diferentes productos de veredas incentivan a querer conocer más el territorio de El Carmen de Viboral y por otro, en la región existen otros mercados campesinos que se pueden fortalecer mutuamente.

Es un proyecto muy bonito; de inclusión, donde ambos tanto el campesino como el comprador se benefician: el campesino porque se incentiva su trabajo, un trabajo duro que no es muy bien pago, y el comprador porque adquiere productos saludables, frescos y sobre todo ricos. (Respuesta a pregunta abierta de habitante del municipio en la encuesta de percepción, 10 de noviembre 2019)

Por otro lado, el Agromercado campesino tiene una oferta entre frutas, verduras, hortalizas, procesados, productos de procedencia animal, transformaciones artesanales, semillas, plantas y plántulas y productos medicinales, algunos de estos son:

Verduras y frutales: Arveja desgranada, lechuga lisa y crespa, brócoli frijol cargamanto seco, cilantro, cebolla de rama, acelga, zucchini o calabacín verde o amarillo, perejil crespo y

liso, espinaca, col, guineos, repollo, auyama, yuca, limón, plátano, mandarina, guayaba, aguacate

Plantas y medicinales: Menta, caléndula, hierba buena, albahaca, apio, cannabis

Transformados: Arepas de chόcolo, queso casero, queso estirable, mermelada de guayaba, panela por libra, tortas de lentejas y de garbanzo, galletas dulces, pasteles de pollo, empanadas, vaso de yogurt casero, torta de cidra, pan de maní, deshidratados, dulce de frutas y verduras, mantequilla de vaca, sopa, aceite de aguacate.



De procedencia animal: Cera de abeja, miel de abeja, cubeta de huevo AA y A, polen, panales de abeja por partes, trucha fresca, pollo fresco.

Estos y muchos otros representan la variedad de un mercado que no solo busca diversificar el consumo y saberes sobre plantas y alimentos, sino también, vender una mejor calidad de alimentación y de salud. Si bien, el Agromercado es un espacio que posibilita la comercialización de productos locales, sin embargo, es necesario fortalecer fuertemente la cultura de consumo local y responsable no solo desde las personas que consumen sino también desde la oferta continua de productos; así mismo la educación como una herramienta para potenciar esto.

3.4 El Agromercado Campesino en el Contexto de la Seguridad y la Soberanía

Alimentaria

Para hablar del alcance político del Agromercado en el contexto de la soberanía y la seguridad alimentaria, es necesario recordar algunos aspectos; por un lado, en términos de seguridad alimentaria y nutricional a nivel nacional y local, y por otro, la trayectoria discursiva y práctica de estos dos conceptos.

Para iniciar, se debe destacar la POLÍTICA NACIONAL DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIONAL (PNASAN) establecida en el año 2008 en el documento CONPES Social 113 que se respalda en, el artículo 44 de la CONSTITUCIÓN POLITICA DE 1991 referido al Derecho a la alimentación en Colombia, en la CUMBRE MUNDIAL SOBRE ALIMENTACIÓN 1996 y 2002 en la que se renueva el compromiso mundial por combatir el hambre, la malnutrición y garantizar la seguridad alimentaria y con la Ley 1355 de 2009 y el decreto 2055 del mismo año, en donde se establece la Comisión Intersectorial de Seguridad Alimentaria y nutricional -CISAN- como la máxima autoridad rectora de Seguridad Alimentaria y Nutricional en Colombia y con el decreto se establecen sus funciones. La PNASAN busca que toda la población colombiana acceda, disponga y consuma alimentos de manera permanente y oportuna en términos de cantidad, variedad, calidad e inocuidad. Esta política nacional “está dirigida a toda la población colombiana, y requiere de la realización de acciones que permitan contribuir a la disminución de las desigualdades sociales y económicas, asociadas a la inseguridad alimentaria y nutricional, en los grupos de población en condiciones de vulnerabilidad. Por este motivo, se priorizan acciones hacia los grupos de población más vulnerables, como son los desplazados por la violencia, los afectados por los desastres naturales, los grupos étnicos (indígenas, afrocolombianos, raizales, gitanos); los niños, las mujeres

gestantes y las madres en lactancia, y los grupos de personas y campesinos de más bajos recursos.” (CONPES SOCIAL 113, 2008, p. 26). En cumplimiento a lo establecido en dicho CONPES la CISAN lanza el Plan Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional 2012-2019 con el objetivo de contribuir al mejoramiento de la situación alimentaria y nutricional de toda la población.

También es importante señalar que, en términos locales aún no existe una política pública o plan de seguridad alimentaria y nutricional vigente, sin embargo la Gerencia de Seguridad Alimentaria y Nutricional de Antioquia-MANÁ se encarga de la selección de los procesos relacionados con la ejecución del Programa de Alimentación Escolar -PAE, Centros de Recuperación Nutricional, proyectos productivos, proyectos pedagógicos y los programas que resulten en el desarrollo de la política pública departamental de seguridad alimentaria y nutricional en los municipios de Antioquia. Por otro lado, en el ámbito de la seguridad, pero más de la soberanía alimentaria, en el Plan de desarrollo municipal 2016- 2019 “El Carmen de Viboral, territorio de vida y paz” en el capítulo 3 que refiere a la dinámica a nivel local en relación con el plan básico de ordenamiento territorial, en la política 4 “el campo en armonía con los recursos naturales, y medio para que el campesino pueda obtener mejores condiciones económicas, sociales y ambientales”, se establecieron tres objetivos principales relacionados, los cuales son: 1:“ Incentivar la producción agropecuaria del municipio, con una orientación hacia la transformación de producción más limpia y agroecológica; 2: Implementar sistemas productivos sostenibles que permitan mejorar la producción y productividad del campo en armonía con los recursos naturales; 3: Fomentar la transformación y comercialización de productos agropecuarios.” Además, en la línea estratégica 5 “sostenibilidad agropecuaria y ambiental”, con el programa “Desarrollo y sostenibilidad agropecuaria y agroecológica en el

municipio” se establecieron algunos subprogramas en materia como los son: “recuperación biológica de agroecosistemas”, “Incentivos y alianzas para fortalecer el sector agropecuario”, “Agricultura familiar y seguridad alimentaria” con los cuales, se buscó “promover, participar y/o financiar proyectos de desarrollo sostenible en el área rural, a través de una asistencia técnica integral, alianzas público y privadas, aumentar la cultura de agricultura familiar y seguridad a través de formación y establecimiento de huertas”.

Todo lo anterior visibiliza la discusión política alrededor de un derecho tan importante como es la alimentación y la calidad de los alimentos, pero también pone en discusión problemáticas del campo, las condiciones del campesinado y de todas aquellas personas que cultivan y procesan alimentos a pequeña escala. Es por esto que, siguiendo los lineamientos de la PNASAN, en el año 2015 se realiza el diagnóstico rápido participativo en el Municipio para la construcción de la primera fase de esa política; en este se encontraron características y problemáticas delimitadas, respectivamente, por los diferentes ejes estratégicos de la PSAN (disponibilidad, acceso, consumo, aprovechamiento biológico y calidad e inocuidad); la falta comercialización de productos del campo, insuficiente formación y capacitación técnica, empresarial y gremial frente a la producción y comercialización de alimentos, desequilibrios en la relación costo/beneficio; la necesidad de dar continuidad a programas nutricionales como MANA, Hogares de ICBF, mayor cobertura en los requerimientos diarios de calorías y nutrientes en la población; inadecuados hábitos, actitudes y prácticas frente a la alimentación y nutrición en términos de consumo, influencia desfavorable de los medios de comunicación en los hábitos alimenticios de las familias; bajos niveles de consulta médica por razones nutricionales; desconocimiento de la normatividad en las buenas prácticas de manufactura en la población en general y los comerciantes que trabajan en la producción de alimentos, poca

capacitación en manipulación de alimentos por parte de las entidades que pueden certificar dichos conocimientos, el hecho de que no se cuenta con una plaza de mercado que cumpla los requisitos para conservar la calidad de los alimentos y entre otras situaciones que evidencian la necesidad de invertir en alimentación de calidad y contribuir al fortalecimiento de las economías campesinas (F. Gutiérrez, comunicación escrita, 12 de febrero 2020).

Desde esa perspectiva el Agromercado campesino surge como iniciativa que reúne acciones de diferentes grupos de personas y entidades locales para promover la buena alimentación, la comercialización de productos locales campesinos y la eliminación del intermediario, este último visto no como un enemigo, sino desde una relación armónica y justa, al momento de realizar una transacción, con quien produce y con quien consume. Con esto, el Agromercado se ha posicionado en El Carmen, como una propuesta de buenas prácticas pero que, sin embargo, como se esclarece en algunos contenidos de este capítulo, aunque es necesario fortalecer este proceso para tener un alcance más amplio respecto a la población municipal, (pues el mercado carece de un reconocimiento mayor por quien habita y visita el Municipio sea porque no existe una oferta de productos campesinos continua, no existen espacios fijos donde estos puedan ofertarse, por falta de cultura de consumo local u otras razones ya destacados a lo largo del presente documento), se deben reconocer y visibilizar los esfuerzos por todos aquellos que integran el Agromercado campesino en la búsqueda directa o indirecta de la soberanía alimentaria y resaltamos además su participación en el segundo foro regional de Seguridad Alimentaria y nutricional en el año 2016 en el cual recibe reconocimientos especiales por la Mesa de Seguridad Alimentaria y Nutricional del Oriente antioqueño - MESANOR- (Gutiérrez, comunicación escrita, 12 de febrero 2020).

A este punto, también es pertinente evidenciar que en el actual Plan de desarrollo “Más cerca más oportunidades” 2020-2023 en la línea estratégica “El agro, el territorio y el ambiente con más oportunidades” con el programa que se titula de la misma manera, se busca implementar estrategias que fomenten la protección y conservación de la vocación agrícola del municipio, el fortalecimiento del sector rural, así como el fortalecimiento de la seguridad y la soberanía alimentaria; en este sentido se establecen subprogramas como “Desarrollo rural integral” en el que se planea crear una política pública de desarrollo rural y agropecuario; “Habitad rural sostenible” con el que se busca contribuir a la protección de los hábitats rurales, impulsar los procesos de agricultura familiar campesina y soberanía alimentaria y preservar la tradición campesina como estrategia de seguridad y soberanía alimentaria; y, “Mercadeo y comercialización” con el que se pretende aumentar las capacidades en asistencia técnica y extensión agropecuaria y realizar mercados campesinos ampliando la cobertura mediante mercados satélites en diferentes sectores del Municipio. Esto, como señal de creación, continuidad y potenciamiento de procesos como el Agromercado que buscan fortalecer la soberanía y la seguridad alimentaria pone en manifiesto la importancia y la visibilización de estos procesos.

Por otro lado, la trayectoria discursiva y práctica de los conceptos de soberanía y seguridad alimentaria, precisada en el capítulo 1, evidencia que más que conceptos, ambas mociones abarcan movimientos sociales afines que fijan la necesidad de priorizar el mundo del agro y la alimentación como un derecho y la necesidad de encontrar un sistema económico de intercambio justo; cuestiona temas de desnutrición y hambruna en el mundo, así como también, las políticas agrarias, alimentarias y económicas que se llevan a cabo en los diferentes territorios alrededor de los alimentos. Desde este punto de vista, como primero, es acertado reconocer el

proceso del Agromercado campesino como un “mercado territorial”, término usado por el Comité de Seguridad Alimentaria Mundial CSA (2016) y propuesto por productores de pequeña escala y organizaciones de la sociedad civil, con el que se alude a “que la mayoría de alimentos se producen, se procesan, se comercian o se distribuyen en un determinado territorio dentro de sistemas alimentarios locales, nacionales y/o regionales” (p.8) de modo que no pueden llamarse solo locales y son en los que participan una gran mayoría de productores de pequeña escala, pues, son estos los que canalizan la mayor parte de alimentos que el mundo consume y, situados en áreas específicas, satisfacen la demanda de alimentos según la zona que cubran (sea rural, urbana y periurbana).

Condición que se ajusta a la naturaleza del Agromercado, por lo que es pertinente resaltar algunas de las características que data el Comité de Seguridad Alimentaria (2016) frente a los mercados territoriales, estos como distintivo frente a los sistemas alimentarios mundiales. Los mercados territoriales se vinculan directamente con los sistemas alimentarios locales, nacionales e internacionales, aquí existe una relación estrecha entre productores y usuarios finales; son inclusivos y diversos en términos de actores y productos; desempeñan funciones económicas, sociales, culturales y ecológicas dentro de sus territorios; son mercados que ofrecen una mejor remuneración a los productores de pequeña escala, pues estos pueden controlar con más facilidad los precios, el acceso y tienen facilidad para negociar; contribuyen a estructurar la economía territorial ya que permite que en las explotaciones y las economías locales se retenga, se redistribuya y se reintroduzca una parte mayor de la riqueza creada; pueden ser informales, formales o encontrarse en algún punto intermedio; incluyen sistemas de gobernanza integrados, pues funcionan conforme a un conjunto de reglas compartidas, y, son lugares que sirven de espacios para generar relaciones sociales, políticas, culturales.

Como segundo, al reconocer que el Agromercado campesino es un proceso de soberanía alimentaria implica que este cumpla con los seis principios básicos de la soberanía alimentaria que nos recuerda Vía Orgánica (2013): 1- se enfoca en alimento para el pueblo: refiriendo al derecho de todos a alimentarse suficiente, saludable y culturalmente, independiente de alguna condición social, territorial y física; 2- valora a quienes proveen alimento: se habla del respeto a los derechos y a la labor de los hombres, mujeres y familias agricultoras, campesinos, artesanos, habitantes de bosques, pesqueros, entre otros, y rechaza las políticas, programas y acciones que desvaloran su trabajo y formas de vida; 3-localiza sistemas alimentarios: permite el encuentro entre productores y clientes, pone en el centro de las decisiones en temas relacionados a la alimentación a aquellos que los proveen y consumen; 4- empodera localmente: la soberanía alimentaria otorga el control del territorio, la tierra, las semillas, el agua, el bosque a aquellos que proveen de alimento localmente, promueve la interacción con proveedores de otras zonas, municipios regiones y rechaza la privatización de los recursos naturales; 5- desarrolla conocimientos y destreza: la soberanía alimentaria se basa en el conocimiento local de quienes proveen los alimentos, y junto con entidades y organizaciones locales afines desarrollan y manejan sistemas localizados de producción, y cosecha, y, 6- trabaja con la naturaleza: utiliza los beneficios de la naturaleza de manera diversa a través de la producción y cosecha agroecológica, maximizando las contribuciones de los ecosistemas y rechaza los sistemas que atenten con la vida y dañan las funciones de los sistemas naturales.

A este punto, es necesario resaltar que del nivel de apropiación territorial de la comunidad y de la gestión institucional depende el crecimiento, el tamaño, y el éxito de los mercados territoriales. Se requiere de una amplia influencia de la sociedad y/o la comunidad territorial para generar cambios saludables en los hábitos alimenticios y consciencia de consumo local a

partir de diferentes medios y acciones; de esto se liga que la actual cobertura del Agromercado campesino cumpla con la oferta de un servicio y de que se generen beneficios sociales, económicos, culturales y políticos para todos aquellos que participan y se interesan de este, pero, aun su influencia a nivel municipal requiere de mayor participación y apropiación de este espacio que puede beneficiar a muchas personas y tiene los potenciales para crecer y expandirse. En este sentido, se debe recordar que los mercados campesinos y las plazas de mercado, históricamente se han representado como espacios sociales y políticos, de reunión y discusión, además de comerciales; son la memoria y tradición de los pueblos, símbolo de la soberanía alimentaria y de la identidad cultural.

Finalmente, el Agromercado campesino como mercado territorial y práctica de soberanía alimentaria visibiliza la importante labor y función de los pequeños agricultores en la sociedad y en la alimentación a nivel mundial, pone en discusión las problemáticas y situaciones que padece el campo colombiano, así como los desequilibrios en la relación costo/beneficio para quienes producen alimentos y para quienes los consumen. Además, resalta la apropiación territorial como vía para alcanzar un desarrollo inclusivo, justo y diverso y, posiciona a las políticas públicas como instrumento principal en las acciones de gobernanza y la búsqueda del desarrollo que se desea.

Reflexiones Finales

Este ejercicio de investigación permite entender el proceso del Agromercado campesino en estos casi 5 años desde su auge, como un proceso de soberanía alimentaria y también como un proceso que posibilita pensarse el desarrollo desde un sentido más amplio y equilibrado en las diferentes dimensiones territoriales; desde el punto de vista que este (el Agromercado) representa precisamente a una serie de actores imprescindibles para la alimentación en el mundo

global, unas formas sostenibles de aprovechar, cuidar y conservar los recursos y reaviva valores que se han perdido como la solidaridad y la empatía; es entender que desde la alimentación (asequible, buena y de calidad) parte el desarrollo social, cultural, económico y político de los territorios, pues en un mundo de hombres y mujeres sin hambre, donde no se tuviera que luchar por un plato de comida o decidir entre comer y conservar, habría más cabida para la ciencia, la cultura, la educación, hombres y mujeres activos, críticos, orgullosos (as) y empoderados (as) de sus raíces y con certeza de una posible felicidad.

Aunque es adentrarse a la utopía del mundo justo y feliz, donde la corrupción y la avaricia no lo gobierna, estas pequeñas acciones, que reunidas en todo el mundo representan a por lo menos más de la mitad de la población mundial que irónicamente vive en la pobreza y la desigualdad, mientras producen localmente gran parte de los alimentos y materias primas que se consumen y se transforman en el mundo, representan un suspiro de realidad que vista la posibilidad de convivir más armónicamente con la madre naturaleza y con nosotros mismos; donde es necesaria la cooperación conjunta entre mujeres y hombres más allá de las diferencias y, más necesario, reconocernos como iguales, con derechos, deberes y responsabilidades que mal o bien asumidas recaen en cada una de las personas que habitamos la tierra.

En ese sentido, la teoría de desarrollo endógeno asumida aquí más desde un sentido social y colectivo y no tan económico, aunque tenga inicios en este enfoque precisamente, se engancha a la idea de potenciar las capacidades humanas y de pensar en colectivo, asumirse responsablemente como parte de un sistema que puede beneficiar a cada una de las personas que lo componemos y, desde la soberanía alimentaria, responsabilizarnos de alimentar a los vecinos de comunidades, veredas, barrios, municipios, regiones, y por último, a países en caso de que sea posible; pues la prioridad es lo local, lo nuestro, lo producido y transformado por un

hermano paisano y así crecer económica y emocionalmente en valores más fraternos. A este respecto, realmente es necesario pensarse y repensarse políticas que, primero, pongan en la Agenda Pública las diferentes discusiones territoriales referentes por ejemplo al campo, la ruralidad, la tecnificación y preparación de capital humano, la importación de bienes que restan y no dignifican el trabajo y esfuerzo local; segundo, es necesario que estas se cumplan y se den seguimiento constante bajo el liderazgo honesto, responsable y consecuente a las necesidades de los territorios; y, tercero, que las comunidades, habitantes y ciudadanía en general nos tomemos en serio nuestros territorios y las necesidades de estos, es decir, apropiarse, con todo el sentido de la palabra, pues solo el que ama, siente sus raíces y su cultura en todo momento y en todo lugar, lucha por la construcción de un mundo mejor y de personas conscientes más con la vida.

Así pues, al señalar que el Agromercado Campesino ejemplifica un proceso local de cómo se podría asumir el desarrollo desde lo endógeno, implica la necesidad de fortalecer los lazos sociales y el compromiso entre cada una de las personas que lo integran e incluso de sus familias; a través del aumento de encuentros tanto recreativos como educativos; orden y coherencia con la razón de ser que se ha consolidado con el tiempo y les ha unido como grupo entre los diferentes intereses individuales; fortalecer el trabajo cooperativo, buscar la solución conjunta ante problemas y asuntos que surgen y permitir aprender y brindar de lo que cada uno sabe y conoce; pues reconocerse como actores que escuchan y son escuchados es fundamental para lograr avances concisos. Aquí, es necesario tener en cuenta que también como proceso de soberanía alimentaria el Agromercado cumple una función social muy importante que es, poner directa o indirectamente, las discusiones frente a las dificultades de la ruralidad en general, la calidad de los alimentos (y por ende de la alimentación), en sembrar semillas de esperanza y

pasión por el campo en los jóvenes que nos preparamos para enfrentar el mañana desde los diferentes estamentos de la sociedad.

Por otro lado, como todo proceso, proyecto o política, es necesario diseñar y formular indicadores de seguimiento que evidencien el avance día a día de la acción colectiva, pues estos funcionan a su vez como evaluadores de procedimientos exitosos o no y miden la efectividad de las acciones. Para esto, es necesario tener en cuenta, encuestas de percepción periódicas que incluyan opiniones y sugerencias del público que visita el Agromercado; caracterización ordenada constantemente actualizada o por lo menos general, de todas las personas que integran el Agromercado para entender situaciones, necesidades y características particulares que se deben atender y tener en cuenta; normalizar un estándar de precios fijos acordado y objetivo de los diversos productos ofertados dentro del mercado y de cumplimiento obligatorio, con el fin de eliminar la competencia desleal y, con la posibilidad de actualizarlos con constancia conforme al funcionamiento del mercado y el trabajo invertido por cada uno de los actores.

Por su parte, desde las instituciones, tanto desde la Secretaria de Salud como desde la Secretaria de Agricultura y la administración municipal, los lazos deben estar aún más unidos y entretejidos, pues en el discurso son representantes de una institucionalidad que debe trabajar conjunta y coordinadamente con un sentido de eficiencia, así se podrían aprovechar más recursos públicos, posibilitar espacios de encuentro y de toma de decisiones, de venta de los productos y ampliar la participación tanto de compradores como de vendedores. En este sentido es importante replicar acciones que han tenido éxito en otros mercados, gestionar asociatividad y redes que permitan nutrir consecuentemente en doble dirección a las partes e incluso, la posibilidad de pensar en los mercados campesinos como potenciadores de turismo responsable y ecoturismo en veredas que tienen el potencial, destacando las tradiciones, los frutos exóticos

y verduras diversas que crecen en las tierras carmelitanas. Por este camino de incentivo, es necesario hacer un llamado de apropiación a la comunidad de El Carmen de Viboral, potenciar el consumo de los productos locales y apoyo a nuestros campesinos, agricultores, agroecólogos, mujeres rurales y neorrurales a través de la educación y la cultura ciudadana.

Finalmente, este ejercicio evidencia que, sin duda, al Agromercado Campesino lo sostiene la voluntad, el amor a la naturaleza y a la cocina, la idea de contribuir con pequeñas acciones que mejoran, por lo menos inicialmente en un primer plano las vivencias locales y promete (aunque utópicamente, así como muchos años atrás se vieron imposibles cambios que ahora son un hecho) un futuro más humano y consciente, más allá de la concentración de riqueza y/o el poder. Así, las contribuciones del Agromercado al desarrollo se basan en concebir este, como un proceso que se construye conjuntamente, con participación diversa y desde las relaciones horizontales, con valores como el respeto y la solidaridad, replanteando la idea del desarrollo como crecimiento económico o políticas impulsadas desde organismos que no valoran la endogeneidad y la cultura de los territorios, a una idea de satisfacción personal, profesional, bienestar, calidad vida, tranquilidad e incluso felicidad.

Referencias

- Aprendiendo en torno al desarrollo endógeno.* (2006). Edición: Alejandro Ochoa Arias
Universidad de los Andes Centro de Investigaciones en Histerología Interpretativa,
FUNDACITE Mérida, y Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico y
Tecnológico ULA. Venezuela
- Barbini B., Cruz G., Roldán N. y Caccuitto M. (2012). *Modelos de desarrollo e implicaciones en el turismo: un análisis histórico.* En: Mar de Plata, año 8 No 9, p. 117-129.
- Boisier S. (2004). Desarrollo endógeno: ¿para qué? ¿para quién? (el humanismo es una *interpretación contemporánea del desarrollo*) En: *Persona y Sociedad*, Vol.19, No 2, Universidad Alberto Hurtado, Santiago de Chile, Julio.
- Casas J., Repullo J.R., Campos J., (2003). La encuesta como técnica de investigación. La elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. *En: Aten Primaria, Vol. 39, No 8, p.27-38*
- Censo Nacional Agropecuario (2014). Caracterización de los productores residentes en el área rural dispersa censada. En: Boletín No 3
- Cochabamba, Bolivia (2010). Conferencia mundial de los pueblos sobre el cambio climático y los derechos a la madre tierra. (2010)

CONPES SOCIAL 113, (2008). Política Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional-
PNSAN-

Declaración de Tlaxcala de La Vía Campesina. México 1996

Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, Medida de pobreza
multidimensional 2018. Tomado de:
[https://dane.maps.arcgis.com/apps/opsdashboard/index.html#/cbcedc7094524f4191
eb82ba44e4f4d2](https://dane.maps.arcgis.com/apps/opsdashboard/index.html#/cbcedc7094524f4191eb82ba44e4f4d2)

Duque M., Gonzáles J., (2016). Sistemas de abastecimiento alimentario. Bases para la
inclusión de la agricultura familiar, en Paoli L., Rodríguez M., Urrea J., y Zuluaga J.
Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO,
Gobernación de Antioquia, Gerencia de seguridad Alimentaria y Nutricional de
Antioquia- MANÁ- Medellín, Colombia

Enríquez, A., Galindo M. (2015) Empleo. En: Serie de Estudios Económicos, Vol. 1, agosto
2015. México DF: México ¿cómo vamos?

Esteva, G., (1996). Desarrollo, en Sachs Wolfgang (ed.), Diccionario del Desarrollo: una guía
del conocimiento como poder, PRATEC, Lima,

Galeano Marín M. (2004). *Estrategias de la investigación social cualitativa. El giro en la mirada*. Editorial: La Carreta de Editores.

Gómez E., (2006). La encrucijada del desarrollo colombiano. En: Revista Prospectiva, No 11, p.84-94. Universidad del Valle

Gordillo G, Méndez O, (2013). *Seguridad y soberanía alimentaria. Recopilación de la conferencia regional de la FAO para América Latina y el Caribe, de la Organización de las Naciones Unidas para la alimentación FAO*

Holt-Giménez E. (2009). *De la crisis alimentaria a la soberanía alimentaria. El resto para los movimientos sociales*. Traducción por Leonor Hurtado

Isán A. (2018) *Qué es la agroecología y su importancia*. En: Ecología Verde.

Tomado de: <https://www.ecologiaverde.com/que-es-la-agroecologia-y-su-importancia-452.html>

Jiménez M., Berrío A., Suaza D. Montoya M., y Aguilar T., (2018). Una aproximación a la agricultura campesina, familiar, comunitaria -ACFC- en el departamento de Antioquia. Gobernación de Antioquia, Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural y la Unión Temporal CEAM RECAB

León M., Deere C., (1997). La mujer rural y la reforma agraria en Colombia. En: Cuadernos de desarrollo Rural, No 38 Y 39, Santa Fe de Bogotá, p. 7-23.

Martínez, Rosset (2014). Soberanía alimentaria: reclamo mundial del movimiento campesino. En Ecofronteras. Mayo 2014. Vol. 18 no. 51

Nyeléni: Foro para la soberanía alimentaria. Febrero de 2007, Slinqué, Malí

Non Classé, (2003). Qué es la soberanía alimentaria. Vía Campesina en:
<https://viacampesina.org/es/que-es-la-soberania-alimentaria/>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura FAO. Notas de política sobre mujeres rurales 2 (s. f.). Tomado de:
<http://www.fao.org/americas/publicaciones-audio-video/politicas-mujeres-rurales/es/>

Petrizzo M., Aldana E., Ochoa A., (2006). Pautas para comprender el desarrollo endógeno. En: Ochoa (Ed.), aprendiendo en torno al desarrollo endógeno. (53-74). Universidad de los Andes, Centro de Investigaciones en Histerología Interpretativa, FUNDACITE Mérida y Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico y Tecnológico ULA.

Pilonieta A. y Ochoa A. (2006). El desarrollo endógeno sustentable. En: Ochoa (Ed.), aprendiendo en torno al desarrollo endógeno. (21-36). Universidad de los Andes, Centro de Investigaciones en Histerología Interpretativa, FUNDACITE Mérida y Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico y Tecnológico ULA.

- (2020). Plan de desarrollo 2020-2023 "Más cerca, más oportunidades". El Carmen de Viboral, Antioquia.
- (2016). Plan de desarrollo 2016-2019 "El Carmen de Viboral, territorio de vida y paz". El Carmen de Viboral, Antioquia.
- Sáez A., (2010). La agricultura y su evolución a la agroecología. Valencia, España, Editorial: Obrapropia Editorial S.L.
- Santos M., (2006). La horizontalidad de las relaciones humanas y la tolerancia. En: Latinoamericana, Vol. 11, No 34. Maracaibo.
- Souza J., (2011). La inseguridad de la "seguridad alimentaria". Descolonizar el desarrollo como meta universal para construir sostenibilidad alimentaria en América Latina y Cuba. Programa de apoyo local a la modernización Agropecuaria en Cuba -PALMA-. Campina Grande, Paraíba, Brasil.
- Tipificación de sistemas de producción agrícola.* (1990) Editores: Escobar Germán y Berdegué Julio. Rimisp-Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural.
- Vargas I. (2012). La entrevista en la investigación cualitativa: Nuevas tendencias y retos. En: Calidad en la Educación Superior, Vol. 3, No 1, p.119-139. Universidad Nacional, Costa Rica

Vázquez (2007). Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial. En:
Investigaciones regionales, No 11, pg. 183-210. Madrid España.