



El trueque en un mercado campesino

Adam Rankin y Claudia Roa



Encuentro campesino de la Escuela Agroecológica

La región en que se desarrolla esta experiencia está formada por comunidades campesinas muy cercanas al área metropolitana de la ciudad de Bucaramanga, Santander, Colombia. Son municipios de la provincia de Soto, como Floridablanca, Lebrija, Charta, Tona, Piedecuesta, Suratá y Girón, ubicados principalmente en zona de montaña. Hay comunidades con bastantes dificultades económicas y ambientales, como es el caso de Lebrija y Girón. Piedecuesta y Lebrija están ubicadas en la Selva Andina de la Judía, en donde existe una gran diversidad de flora y fauna. La comunidad de Suratá ha vivido problemas de violencia, que han provocado desplazamientos. Girón ha sufrido inundaciones y tiene aún familias campesinas que se quedaron sin vivienda.

En esta área existe una gran influencia de la cultura de los agroquímicos. Las empresas distribuidoras hacen todo lo posible para promocionar sus productos y convencer a los productores para utilizarlos. Las políticas oficiales prestan dinero a los agricultores para la compra de «insumos», siendo éstos insumos verdaderos venenos. Junto a esto, está muy extendida la práctica del monocultivo, especialmente en la agricultura «de los hombres», pues las mujeres se inclinan a sembrar de todo un poquito, mientras los hombres sacan «una gran cosecha».

La religión y la publicidad, así como la cercanía a la ciudad de estas comunidades influyen contra el proceso de adopción de modelos agroecológicos. Se ha llegado al punto en que la medicina natural, que tanta repercusión ha tenido en la salud de los campesinos, ha llegado a ser marginada.

La Escuela Agroecológica de Promotores Campesinos

Esta escuela es una propuesta innovadora de capacitación y de organización campesina, que surge de la necesidad de entablar un diálogo «campesino a campesino», entre las diversas asociaciones rurales de la zona y de socializar con otras experiencias de agroecología a nivel nacional.

La dinámica de autogestión de las comunidades y las alianzas estratégicas de tipo institucional, han caracterizado este proceso, creando vínculos de acción entre 40 veredas o localidades rurales de los municipios de Floridablanca, Lebrija, Piedecuesta, Girón, Bucaramanga, Tona, Charta y Suratá. Los encuentros campesinos se realizan mensualmente de forma itinerante por las localidades rurales de los municipios. Es así que la diversidad climática y cultural de esta provincia es un factor determinante en la construcción paulatina de una política de soberanía alimentaria regional.

Los objetivos principales de estos encuentros son aprender del otro y de su entorno, conocer sus condiciones socioeconómicas y compararlas con las propias para ver qué aportan las otras comunidades y qué puede aportar la propia. Un caso concreto es el de la comunidad de El Salado, en Lebrija, donde existe una deforestación total. La comunidad de La Judía de Floridablanca, la visitó y se dio cuenta de que algunas porciones del bosque eran patrimonio de esta comunidad y que necesitaban conservación. Cuando, a su vez, la comunidad de El Salado visitó La Judía, pudo apreciar cómo en esta comunidad se había recuperado el bosque y decidieron, entonces, iniciar su propio proceso de reforestación.

Las comunidades trabajan primero a nivel interno, evaluando las capacidades que tiene cada una de ellas para conseguir metas en beneficio de todos. Es decir, han reflexionado sobre lo local e identificado los recursos de la zona. Este proceso se ha desarrollado a través de acciones de capacitación en salud, recreación, campañas de siembra y cosecha, etc. Se busca satisfacer localmente todas las necesidades de los distintos procesos, tanto en cuanto a insumos materiales como en cuanto a saberes y habilidades, que son también compartidos entre las distintas comunidades.

La escuela ha jugado un papel muy significativo en el proceso de reactivación de los mercados y de articulación de las comunidades y asociaciones entre sí. En el caso de Charta y Tona, que perdieron sus mercados campesinos, la escuela se ha propuesto recuperarlos, aprovechando que a ella asisten productores de diversas zonas climáticas y esto representa la posibilidad de obtener una mayor diversidad de productos.

La acción de la escuela ha permitido que los mercados jueguen un papel importante a través de la unión de asociaciones. Se han realizado encuentros para discutir sobre planeación de cosechas, cómo y cuánto cultivar, precios justos, etc. En este proceso la economía campesina forma parte de la construcción colectiva de una sociedad, en la

que el intercambio no sólo es comercial sino también social, ecológico, cultural y político.

El trueque

Los trueques en un mercado campesino no son sólo de comida, también lo son de ideas, de proyectos, de sueños y de tantos otros asuntos que no se pueden medir monetariamente. ¿Cuánto vale un encuentro, una sonrisa; cuánto la paciencia de escuchar al otro, de esperar al amigo, de conocer las últimas historias rurales? Su valoración no está dada en pesos sino en acercamientos, en generación de confianza, en construcción del tejido comunitario.

Desde luego, se deben comercializar las cosechas con criterios de comercio equitativo –venta de alimentos sanos a precios justos–, para lo cual es importante que las comunidades puedan manejar directamente el mercadeo de sus productos bajo ciertos principios:

- a) El reconocimiento de la calidad de los productos orgánicos en términos de salud, nutrición y conservación del patrimonio cultural y ambiental.
- b) El fomento de la soberanía alimentaria a nivel local y regional frente a la tendencia de mala nutrición y consumo de productos foráneos.
- c) El fortalecimiento de capacidades sociales, culturales y económicas de las diversas organizaciones locales y asociaciones campesinas.
- d) El mejoramiento de la calidad, presentación y diversidad de los productos ofrecidos, que aprecie el potencial que tenemos en diversidad de climas, conocimientos populares y tradiciones culinarias.
- e) El rescate de relaciones de mercadeo que superen una visión meramente económica de la comercialización y en la cual se establezcan nuevas formas de relación entre poblaciones rurales y urbanas.

No sólo hay que pensar en el mercado regional, ya que ningún mercado regional agroecológico será sostenible si no se construye sobre mercados veredales (mercados rurales locales), sobre redes de agricultores orgánicos que organicen las cosechas, la distribución y el propio consumo de sus familias. Es decir, el mercado debe construirse en la misma vereda.

Los trueques representan la dimensión no monetaria del proceso de desarrollo económico de estas comunidades. Los procesos de organización en torno a los mercados campesinos han mejorado la calidad de vida en la nutrición, en el aspecto educativo y en la salud. Los ingresos suben porque los gastos disminuyen al no depender de una tienda todo el tiempo.

El trueque sirve para que cada uno le de el valor justo a las cosas. Un artesano, por ejemplo, entrega un objeto de creación artística y se lleva un dulce o una torta con ingredientes de gran valor nutritivo. El trueque sirve también para el fortalecimiento de las relaciones sociales. Tener un objeto de manos de su productor hace posible recordarlo, hablar sobre cómo trabaja. El trueque es incluso una de las formas en que las comunidades campesinas se pueden integrar con la urbana, lo cual se ha iniciado a través del intercambio de alimentos por libros. ■

Adam Rankin y Claudia Roa

Fundación de Expresión Intercultural Educativa y Ambiental (FUNDAEXPRESIÓN), Colombia
Correo electrónico: roankine@telecom.com.co

testimonio

Don Luis Manosalva es un hombre de manos grandes y callosas que hablan de la vida de un campesino; vive en las cercanías del gran Cañón del Chicamocho, en un terreno caliente y seco en donde desarrolla su proyecto de agroecología en una parcela de menos de una hectárea, a partir de cultivos orgánicos de soya, frijol, tomate, yuca (mandioca), plátano, maíz y pimienta. También tiene producción de carne de pollo y pescado, además de preparar cada semana deliciosos tamales y chicha de maíz para la venta.

Don Luis y su esposa Doña Mercedes forman parte de la Escuela Agroecológica y son quienes están impulsando el mercado orgánico en la Casa Campesina de Piedecuesta. Cada domingo se trasladan con sus productos a la espera de sus habituales compradores que ya los reconocen y los buscan.

Estuvimos hablando con Don Luis sobre su experiencia en el mercado orgánico en Piedecuesta, y él nos contó de sus expectativas:

¿Por qué un mercado asociativo y agroecológico?

Yo pienso que un mercado individual no funciona, porque una sola persona no puede surtir de productos un mercado, entonces necesitamos asociarnos para ser capaces de llenar una canasta. Agroecológico porque necesitamos comenzar a consumir productos limpios que no perjudiquen nuestra salud. También en cuanto a la importancia de rescatar las especies de semillas nativas como forma de resistencia frente la invasión de semillas híbridas y transgénicas.

¿Cómo surge y cómo se ha desarrollado el mercado orgánico en Piedecuesta?

Surge a partir de la Escuela Agroecológica en donde comenzamos con cosechas limpias y con contactos con los cuales nos motivamos e iniciamos los mercados. Domingo tras domingo hemos ido tomando posesión y ha crecido en la medida en que aumentan los agricultores. Ya manejamos unos 30 productos agroecológicos de varias familias, no solamente de Piedecuesta, sino también de los municipios vecinos de Lebrija y Floridablanca. Algunos venden directamente y los que no pueden, nos llevan el producto a la Casa Campesina y nosotros lo vendemos. Luego nos vemos y les entregamos la «platica».

¿Cómo es la relación con el consumidor?

Involucra precios justos que no den pérdida al campesino pero que tampoco encarezcan mucho el producto para el consumidor. Se elimina al intermediario, se trata de que el productor venda directamente al consumidor. Se debe tejer una relación de confianza con el poblador urbano, que valore la palabra del campesino. El consumidor comienza a tener confianza en uno porque ve que el producto en realidad es diferente, entonces hay una relación más fraternal.

¿Qué problemas han tenido?

La falta de producción. Como no hay frecuencia de siembra, muchas veces no hay suficientes productos, nos hemos dado cuenta de que en todos lados existe esa dificultad. Hay que hacer campañas de educación sobre la frecuencia de siembra y hacer la mayor cantidad posible de asociaciones entre cultivos. El futuro de los mercados orgánicos depende de hacer alianzas entre nosotros mismos. La gente sabe que está comiendo veneno y cuando uno le ofrece un producto que no tiene tóxicos les da alegría y compran, y vuelven y traen a otros; el público va creciendo.

¿A dónde debe conducirnos la agroecología?

Nosotros le apuntamos a la seguridad alimentaria. Cuando usted siembra un solo producto no hay seguridad alimentaria. La agroecología le apunta a eso, no manejar mucha plata pero sí manejar alimento, y eso lo hace sentir seguro a uno porque tiene comida, que no tenga plata pero que tenga comida.

¿Hay recelo de parte de los productores que utilizan agroquímicos?

No; se ve incredulidad, no creen que uno pueda sacar cosechas sin químicos ni tóxicos, pero en la medida en que se han dado cuenta les va gustando. Todo es cuestión de hacer memoria, de recordar lo que trabajaron nuestros abuelos. Todos tenemos un conocimiento que nos dejaron los abuelos pero que lo hemos venido echando para un lado, pero sabemos de lo que fue la agricultura hace cincuenta años.

¿Finalmente, don Luis, dónde están los mercados veredales?

Todavía nos falta trabajo. Pienso que uno como cultivador agroecológico debe empezar a hacer eso, hacer el trueque en la misma vereda; que el que cultive una cosa se cambie con el otro. Inclusive en Piedecuesta hemos implementado eso, después del mercado hacemos trueque con otros productores, mora por panela, yuca por plátano. Yo crío pollo y voy al carnicero y le cambio pollo por carne, a la gente le gusta eso y lo acepta.