

LA FERIA COMO ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN DE ALIMENTOS ORGÁNICOS Y AGROECOLÓGICOS. DOS EXPERIENCIAS EN VALPARAÍSO, CHILE¹

Paredes G., Pamela²
Saravia R., Pablo³

Recibido: 03-05-2021

Revisado: 08-01-2022

Aceptado: 11-03-2022

<https://doi.org/10.53766/Agroalim/2021.27.53.07>

RESUMEN

La estructura y funcionamiento del sistema agroalimentario hegemónico plantean importantes desafíos a la agricultura familiar, la que -al verse excluida de los parámetros de la agroindustria- va (re)construyendo alternativas que le permitan diferenciarse de las lógicas de producción y distribución dominantes. Estas alternativas buscan recuperar la autonomía y soberanía perdidas, para lo cual campesinos y campesinas emprenderían una transición hacia sistemas productivos y de comercialización que pongan en valor los conocimientos y capacidades locales. Con ello se resignifica la importancia social y cultural que acompaña a la práctica agrícola. Como parte de esta transición se reconfigurarían formas de hacer y pensar que -desde su divergencia- son capaces de reapropiarse de técnicas y saberes que históricamente han resultado sustentables y armónicos con el territorio. La investigación se desarrolló bajo un diseño mixto exploratorio secuencial, con prevalencia del enfoque cualitativo, empleando el censo y la entrevista como técnicas de recolección de información. Se buscaba, mediante un estudio descriptivo, comprender y analizar los procesos productivos y de organización que subyacen en la feria como estrategia de comercialización de experiencias orgánicas y/o agroecológicas. La zona estudiada fue la comuna de Valparaíso, Chile. Los principales hallazgos revelaron que la emergencia de estas experiencias, en el marco de profundos procesos de exclusión y fragmentación socioeconómicos, podría interpretarse como pequeños brotes de resistencia. Estos reflejarían la búsqueda de lógicas basadas en principios de cooperación y reciprocidad, reconfigurando las relaciones que se establecen con la naturaleza y recreando un vínculo con el consumidor, que va más allá de lo económico. Desde esa consideración, el espacio ferial trasciende su función económica y representaría un lugar de encuentro social y cultural, que visibiliza y reivindica los saberes y prácticas de la agricultura familiar.

Palabras clave: agroecología, canales cortos de comercialización, relocalización, cooperación, agricultura familiar, Valparaíso, Chile

¹ Esta investigación fue financiada por el proyecto Fondecyt de Iniciación N° 11170232.

² Socióloga (Universidad de Playa Ancha-UPLA, Chile); Investigadora del Observatorio de Participación y Territorio de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Playa Ancha. *Dirección Postal:* Departamento de Sociología, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Playa Ancha (Casa Central). Av. Playa Ancha 850, Playa Ancha, Valparaíso. *ORCID:* <http://orcid.org/0000-0003-4505-120x>. *Teléfono:* +56964493473; *e-mail:* pamelaparedes@gmail.com

³ Sociólogo (Universidad de Concepción, Chile); Máster en Historia con mención en América Latina (Universidad de Santiago de Chile); Máster en problemas sociales (Universidad de Granada, España); Doctor en Sociología (Universidad de Granada, España). Profesor e Investigador del Departamento de Sociología, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Playa Ancha-UPLA; Director del Departamento de Estudios Territoriales, UPLA, Chile. *Dirección postal:* Departamento de Sociología, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Playa Ancha (Casa Central). Av. Playa Ancha 850, Playa Ancha, Valparaíso. *ORCID:* <http://orcid.org/0000-0001-6835-169X>. *Teléfono:* +56984349291; *e-mail:* pablo.saravia@upla.cl

ABSTRACT

The structure and operation of the hegemonic agri-food system proposes important challenges to familiar agriculture. Due to it is being excluded from the agribusiness parameters, it is (re) building alternatives that allow it to differentiate itself from the dominant production and distribution logic. These alternatives would seek to recover the lost autonomy and sovereignty, by which men and women farmers undertake a transition towards productive and commercialization systems that value local knowledge and capacities, re-signifying the social and cultural importance of agricultural practice. As part of this transition, ways of doing and thinking would be reconfigured from their divergence, and are capable of re-appropriating techniques and knowledge that, historically, have been sustainable and harmonious with the territory. In this scenario, our research was developed under a sequential exploratory mixed design, with the prevalence of the qualitative approach, using the census and the interview as data collection techniques. Through a descriptive study, the aim was to understand and analyze the productive and organizational processes that underlie the fair as a commercialization strategy for organic and/or agro-ecological experiences. The area studied was the commune of Valparaíso, Chile. The main findings revealed that the emergence of these experiences, within the framework of deep processes of exclusion and socioeconomic fragmentation, can be interpreted as small outbreaks of resistance, that would reflect the search for logic based on principles of cooperation and reciprocity, reconfiguring the relationships that are established with nature and recreating a bond with the consumer that goes beyond the economic. From that consideration, the fair space transcends its economic function and would represent a social and cultural meeting place, which makes visible and vindicates the knowledge and practices of family agriculture.

Key words: Agroecology, short food supplies, relocalization, cooperation, family farming, Valparaíso, Chile

RÉSUMÉ

La structure et le fonctionnement du système agroalimentaire hégémonique posent des défis à l'agriculture familiale qui, en étant exclue des paramètres de l'industrie agroalimentaire, (re)construit des alternatives qui lui permettent de se différencier des logiques dominantes de production et de distribution. Ces alternatives cherchent à récupérer l'autonomie et la souveraineté perdues, pour lesquelles les paysans entreprendraient une transition vers des systèmes de production et de commercialisation valorisant les connaissances et compétences locales, redéfinissant ainsi la valeur sociale et culturelle qui accompagne toute pratique agricole. De cette manière, l'importance sociale et culturelle qui accompagne la pratique agricole est redéfinie. Dans le cadre de cette transition, seraient reconfigurées des manières de faire et de penser qui, de par leur divergence, sont capables de se réapproprier des techniques et des savoirs historiquement pérennes et en harmonie avec le territoire. Dans ce scénario, la recherche a été développée sous un design mixte exploratoire séquentiel, avec une prévalence de l'approche qualitative, utilisant le recensement et l'interview comme techniques de collecte de données. L'objectif était, à travers une étude descriptive, de comprendre et d'analyser les processus productifs et organisationnels qui sous-tendent la foire en tant que stratégie de commercialisation des expériences biologiques et/ou agro-écologiques. La zone étudiée était la commune de Valparaíso, au Chili. Les principaux résultats ont révélé que l'émergence de ces expériences, dans le cadre de processus profonds d'exclusion et de fragmentation socio-économique, peut être interprétée comme de petites poussées de résistance qui refléteraient la recherche de logiques fondées sur des principes de coopération et de réciprocité, reconfigurant les relations qui s'établissent avec la nature et recréant un lien avec le consommateur qui va au-delà de l'économique. À partir de cette analyse, l'espace du marché transcende sa fonction économique et représenterait un espace de rencontre social et culturel qui rend visible et revendique les connaissances et les pratiques de l'agriculture familiale.

Mots-clés : agroécologie, chaînes alimentaires courtes, relocalisation, coopération, agriculture familiale, Valparaíso, Chile

RESUMO

A estrutura e o funcionamento do sistema agroalimentar hegemônico impõem desafios importantes à agricultura familiar, que, ao estar excluída do âmbito das grandes agroindústrias, busca re (construir) alternativas que lhes permitam diferenciar-se das lógicas de produção e distribuição dominantes. Tais iniciativas visam recuperar a autonomia e a soberania perdidas, na qual camponeses e camponesas fariam uma transição para sistemas produtivos e mercadológicos que valorizassem os conhecimentos e capacidades locais. Desta forma, trata-se de ressignificar a importância social e cultural que acompanha a prática agrícola. Como parte dessa transição, seriam reconfigurados

modos de fazer e pensar, os quais, a partir de suas especificidades, seriam capazes de assegurar a retomada de técnicas e saberes que historicamente se mostraram sustentáveis e harmônicos com o território. Neste cenário, foi desenvolvida uma pesquisa sob a forma de um desenho seqüencial exploratório misto, com prevalência da abordagem qualitativa, fazendo uso do censo e da entrevista como técnicas de coleta de dados. O objetivo da pesquisa, levada a cabo através de um estudo descritivo, era no sentido de compreender e analisar os processos produtivos e organizacionais subjacentes à feira como uma estratégia de marketing para experiências orgânicas e/ou agroecológicas. A área estudada foi a comuna de Valparaíso, Chile. Dentre os principais achados resta a constatação de que o surgimento dessas experiências, no marco de profundos processos de exclusão e de fragmentação socioeconômica, pode ser interpretado como pequenos surtos de resistência que refletem a busca de lógicas baseadas em princípios de cooperação e reciprocidade, reconfigurando as relações que se estabelece com a natureza, criando um vínculo com o consumidor que vai além do econômico. A partir dessa consideração, o espaço da feira transcende sua função econômica e representaria um espaço de encontro social e cultural, que torna visível e reivindica os saberes e práticas da agricultura familiar.

Palavras-chave: agroecologia, circuitos curtos de comercialização, relocalização, cooperação, agricultura familiar, Valparaíso, Chile

1. INTRODUCCIÓN

La actual pandemia ha dejado en evidencia la crisis insoslayable de un modelo que ha fundado sus bases sobre la explotación de la naturaleza. La cadena productiva alimentaria, más que responder a necesidades humanas y del planeta, parece estar determinada por lógicas capitalistas de mercado, donde la alimentación no es pensada como un derecho, sino que es considerada como una mercancía más susceptible de ser transada. Dentro de ese contexto global resulta interesante observar el (re)surgimiento de experiencias locales que cuestionan la narrativa hegemónica a través de la construcción de alternativas que reconfiguran las relaciones sociales y de apropiación de la naturaleza. Desde esa perspectiva, los circuitos cortos de comercialización, como las ferias de productores, plantean: i) la reterritorialización de la cadena agroalimentaria, a través de la valorización de las capacidades locales y la reconfiguración de la relación urbano-rural. Dicha relocalización contribuiría además a, ii) la visibilización y reproducción de modos de vida campesina, reivindicando el derecho de las comunidades a ser sujetos activos en la construcción de su propio desarrollo.

Estas alternativas de comercialización se construyen –y tensionan– desde lo heterogéneo de sus trayectorias, hacia un horizonte común definido por el proyecto de la agroecología. La

agroecología, sobre la base de un manejo sostenible de los recursos naturales, propone un marco teórico y metodológico que –desde una crítica epistemológica al enfoque científico convencional– permite la comprensión sistémica de las complejas interrelaciones de las estructuras agrarias (Sevilla y Soler, 2012). Esta visión se ilustra más allá de aspectos técnicos, abordando factores políticos, sociales y económicos. En efecto, la construcción de estas estrategias de comercialización por parte de productores y productoras, ha venido de la mano de cambios en los modelos productivos, así como de sus dinámicas de organización. Así, la recuperación de prácticas de base agroecológica, el diálogo de saberes, la búsqueda de autonomía y el trabajo colaborativo comprenden expresiones que nos hablan de una transición hacia una concepción sustantiva de la economía (Polanyi, 2011). En palabras de De Sousa (2011), las ferias –lejos de ser un espacio únicamente económico– constituyen instancias de movilización de recursos sociales y culturales, que permiten pensarlas como parte de una realidad existente, cuyo potencial de transformación radica justamente en la posibilidad de pensar(se) desde otros parámetros.

A partir de aquí la premisa es que las ferias de productores se constituyen como una instancia que permite el reposicionamiento y

valoración de la agricultura familiar campesina, así como de formas alternas de organización y producción que confrontan los valores hegemónicos del mercado. Desde ese entendido, la investigación se planteó como propósito analizar los procesos productivos y de comercialización que se articulan respecto al uso de la feria como canal corto de comercialización de los Mercados Campesinos y la feria Ecoviva, experiencias situadas en la Región de Valparaíso, Chile.

2. MARCO TEÓRICO

La hegemonía del modelo de la agricultura convencional ha provocado una serie de consecuencias en los entornos socioecológicos de los territorios. Esto se ha traducido –entre otros impactos– en la homogenización y estandarización de procesos agrícolas que han llevado a la desaparición de especies y variedades nativas de flora y fauna, potenciando críticamente los desequilibrios medio-ambientales a escala global. La alteración de los sistemas agrícolas ha tenido también un impacto cultural, en la medida que ha invisibilizado y destruido el conocimiento tradicional, que ha sido fruto de la interacción, por generaciones, del ser humano con la naturaleza. Desde el punto de vista económico, se asiste a un escenario determinado por las fronteras del modelo neoliberal que limita la comprensión y aprehensión de otras formas de vivenciar la realidad y de entender la economía, las cuales se manifiestan de manera diversa, dinámica y sensiblemente ajustada a las realidades locales donde se desenvuelve.

Desde el punto de vista epistémico las experiencias aquí estudiadas ponen en evidencia el peso de una racionalidad dominante que niega, oculta y destruye formas de conocimiento alternativo (De Sousa, 2009). Tomar distancia de la versión hegemónica de pensamiento permitirá aproximarse a visiones alternas que han sido silenciadas bajo el proyecto de la modernidad, en donde lo individual se sitúa sobre lo colectivo, lo objetivo sobre lo subjetivo y lo instrumental sobre lo valórico (Bazán, 2013).

Tal y como señala De Sousa (2010), el pensamiento occidental moderno es un pensamiento de *carácter abismal*, que se

constituye en un sistema de distinciones visibles e invisibles. Esta línea divide la realidad social entre lo existente y posible, con lo invisible; o más bien, lo que activamente ha sido producido como no existente y –por lo tanto– como una alternativa no posible a lo que existe. Esta reducción de la realidad se ha plasmado en una epistemología de la ceguera, que es reproducida a través de distintas disciplinas científicas que van trazando líneas de discriminación y segregación, que finalmente conforman una monocultura del saber. Esta monocultura se expresa en distintas lógicas dominantes, que – a su vez– reproducen ausencias desde distintas aristas.

La primera de esas lógicas corresponde a la *monocultura del saber y rigor*. Bajo el pensamiento De Sousa (2009) esta representaría una de las formas más potentes de reproducción de ausencia, en cuanto sitúa al conocimiento producido por la ciencia como criterio unívoco de verdad. Esta cientifización ha llevado a que los saberes tradicionales, que emergen de los procesos productivos campesinos, sean marginados e invisibilizados; o, lo que es lo mismo, interpretados como atrasados e inferiores. Para Toledo y Barrera (2009), estos saberes configuran una *memoria biocultural*, que es producto de un proceso histórico de acumulación y transmisión de generaciones anteriores, que actúan frente a la necesidad de construir estrategias propias de sobrevivencia en su relación con la naturaleza. Esta instrumentalización del conocimiento es interpretada por Freire (1973) como una imposición de lo técnico por sobre lo hermenéutico-crítico, lo que –finalmente– se traduce en una homogenización del pensamiento que neutraliza y controla los «otros» mundos posibles. La postura freiriana afirma que esta homogenización coarta una praxis de la libertad, siendo necesario un proceso de liberación epistemológica donde se recuperen el diálogo y la conexión, que permitan la transformación de la sociedad.

Frente a este paradigma moderno la agroecología propone un modelo que le otorga al campesinado y a otros actores –que son parte de las dinámicas productivas y de consumo de alimentos– un rol protagónico en los procesos de reapropiación de la naturaleza, que logran

re-asociar dimensiones que la hegemonía neoextractivista se ha esforzado por separar: naturaleza, producción y cultura. En términos de lo planteado por De Sousa (2009), la agroecología podría entenderse como parte de una práctica que devela aquello emergente que no ha sido, o no ha querido ser considerado como posible. En efecto, propone un diálogo entre los diferentes tipos de saberes que se ponen en juego tanto en los procesos productivos como en aquellos que le son característicos a las dinámicas de consumo alimentario. Este diálogo permitiría recuperar y reivindicar la función sociocultural de la agricultura en la preservación de la agrobiodiversidad (Toledo y Barrera, 2009). La agroecología, desde una mirada multidimensional e integradora, busca democratizar el sistema alimentario –tanto en su dimensión económica, productiva, como en lo respectivo a los conocimientos– e incorporar a aquellos grupos que han sido excluidos de la construcción de su propio desarrollo (Calle, Soler y Rivera-Ferre, 2010).

En su dimensión sociopolítica, la agroecología promueve prácticas de cooperación y organización social, donde prevalezcan valores como la horizontalidad, reciprocidad y colaboración, siendo posible coproducir (tanto interna, como externamente) conocimiento en relación con el manejo y defensa de las riquezas naturales (Calle *et al.*, 2010). Esta coproducción entre los diversos actores y sistemas ambientales se expresaría en el territorio a través de un diálogo de saberes, orientado a una visión sistémica y multidimensional de las problemáticas territoriales. Así, el desarrollo de estilos alimentarios equitativos y sustentables, mediante estrategias colectivas, permitiría hacer frente a las dinámicas de autoritarismo y de competitividad que impulsan los imperios agroalimentarios (Calle, Vara y Cuéllar, 2013).

Como parte de este proceso de construcción de estilos alimentarios equitativos y sustentables, son fundamentales los procesos detransformación que se están desarrollando en la fase de distribución de alimentos, donde pequeños productores y grupos de consumidores priorizan el uso y mantenimiento de circuitos cortos de comercialización.

Siguiendo la definición de López (2012), los circuitos cortos de comercialización corresponden a aquellas formas de circulación agroalimentaria que solo tienen una o ninguna figura intermediaria entre producción y consumo. Esta reducción en los eslabones de la cadena permite una relación más directa entre el productor y el consumidor, donde estos últimos se volverían más conscientes de las consecuencias y características del actual modelo de distribución a gran escala (La Trobe, 2002). Los circuitos cortos plantean un nuevo modelo de participación y organización, en cuanto apelan a una relación más cercana con el consumidor, buscando un trato más personalizado, basado en la confianza. Esta proximidad –tanto física como social– plantea una «re-territorialización» de la cadena productiva, donde lo local se transforma en un rasgo que otorga valor y especificidad a los productos, permitiendo al productor mantener mayores grados de autonomía respecto de sus procesos productivos y de distribución (Azevedo, 2009).

La feria, como parte de las estrategias de comercialización desarrolladas por la agricultura familiar, corresponde a lo que Sevilla y González (1993) definieron como «*economía campesina*», conformando un subsistema de la economía capitalista, en donde se piensan, diseñan y ponen en práctica diversas estrategias de comercialización y producción de alimentos. En este contexto, mediante el uso de estrategias de supervivencia y reproducción, se van develando saberes, relaciones sociales y económicas que difieren y se alejan de la lógica dominante. Para Coraggio (2010), la construcción de estas alteridades cuestiona implícitamente las percepciones, cosmovisiones y creencias de los sujetos respecto a cómo es entendida la realidad.

La feria como espacio económico, de organización y de encuentro puede ser interpretada como una estrategia de resistencia, donde prima una racionalidad que antepone la reproducción de la vida como eje ordenador de las acciones socioeconómicas de los sujetos (Cittadini, Caballero, Moricz y Mainella, 2010). Para Pastore (2011), la reproducción ampliada de la vida se vincula con la capacidad de los actores de generar formas dignas de vivir –el

buen vivir–, a partir de nuestras relaciones, vínculos y políticas.

Para Caracciolo (2013) los intercambios –entendidos desde el prisma de las tradiciones de las economías sociales y solidarias– son oportunidades donde se establecen relaciones sociales entre productores y compradores, ancladas en una ética de cooperación y solidaridad (Coraggio, 2008). Estas a su vez guían nuevas prácticas económicas, tales como la eliminación y/o disminución de la intermediación, precio justo, no explotación del trabajo, calidad, equidad de género y cuidado del ambiente.

Por último, se entiende que el concepto de territorio va más allá de un ámbito puramente geográfico, que es un espacio contenedor de recursos y actores que confluyen, lo reproducen y modifican. Se concibe así al territorio desde su carácter multidimensional, visibilizando las relaciones de poder que en él se disputan a partir de los procesos y dinámicas de los grupos humanos, como también desde la apropiación y representación que estos mismos realizan. Se genera entonces una especie de simbiosis dialéctica, que modifica y reproduce la relación entre la naturaleza y la sociedad. Milton Santos (1996) afirma que el territorio es el espacio contenedor y el escenario para el desarrollo de relaciones de poder que están interconectadas y determinan los impactos de los procesos a nivel local y global. Estas interacciones, que dan forma a la producción social del espacio, van a su vez recreando y tensionando el territorio desde diferentes representaciones. Conforman así una contra-racionalidad, que se vivencia en aquellos sectores que –por falta de medios– no logran subordinarse a la racionalidad productiva dominante. Por lo tanto, la noción de territorio engloba sentidos políticos, sociales y culturales que –junto con conformar un espacio geográfico– también van dando vida a espacios sociales y simbólicos, que son tensionados y conflictuados por las distintas racionalidades que en él conviven. Como sugiere Mançano (2005, p. 276), «el territorio es, al mismo tiempo, una convención y una confrontación. Exactamente porque el territorio pone límites, pone fronteras, es un espacio de conflictualidades».

Desde una dimensión territorial, la feria favorece el desarrollo de «circuitos de

proximidad», donde la producción, circulación y consumo de alimentos se realiza principalmente a nivel local. Este tipo de circuitos permite que los actores vivencien una relación más estrecha entre la sociedad y la naturaleza, lo que a su vez le otorga un valor añadido a su producción (Azevedo, 2009). Para De Sousa (2011), la sobrevivencia de estas estrategias colectivas en los territorios interpela la capacidad de los actores de desarrollar lo que él denominó solidaridad organizacional. Esta tiene que ver con dinámicas de cooperación social, que son capaces de priorizar y defender el valor del origen territorial de sus productos. Lo anterior, implica no solo valorar el producto en su origen, sino además dar valor y visibilizar el trabajo humano y los saberes que hay detrás de la propuesta.

3. MARCO METODOLÓGICO

La presente investigación se desarrolló bajo un diseño mixto exploratorio secuencial, con prevalencia del enfoque cualitativo. Tal elección se debió, fundamentalmente, a la escasa investigación que se ha realizado en torno a las ferias de productores de producción orgánica y/o agroecológica como circuito corto de comercialización en Chile. Como objetivo general, la investigación se propuso analizar los procesos productivos y de organización que subyacen a ferias orgánicas y agroecológicas en su construcción como alternativas de comercialización en la Región de Valparaíso, Chile. Para lograr una visión más integral de las experiencias se decidió complementariamente realizar una caracterización que permitiera un mejor acercamiento respecto a su funcionamiento y a la relación que estas han establecido con el Estado en su proceso de conformación.

Las experiencias estudiadas fueron la feria orgánica Ecoviva y los Mercados Campesinos de plaza Bismarck y plaza Esmeralda, ambas ubicadas en la comuna de Valparaíso, región de Valparaíso (Chile). Dado que los Mercados Campesinos de Bismarck y Esmeralda corresponden a una misma organización, estos serán considerados para fines analíticos como una sola feria.

Las técnicas de recolección de información utilizadas fueron el censo y la entrevista. En el

caso del censo, su implementación permitió caracterizar a los productores y productoras de ambas experiencias con base en las dimensiones demográficas, productivas, de comercialización, organización y ayudas estatales. Para ello se diseñó un cuestionario censal que contó de un total de 41 preguntas, que se aplicó a 33 productores y productoras: 10 correspondían a la feria Ecoviva y 23 a los Mercados Campesinos, de los cuales 24 eran mujeres y 9 hombres. Tras la implementación del cuestionario censal fue posible identificar a aquellos productores que poseían una trayectoria más larga de producción y comercialización agroecológica, constituyendo una muestra que dio lugar a 13 entrevistas a productoras y productores, divididas entre los dos tipos de ferias (5 a Eco-Viva y 8 a los Mercados Campesinos). Esta técnica permitió profundizar en aquellos factores productivos, de organización y comercialización que finalmente distinguen y diferencian a los casos estudiados, así como también conocer la relación que se ha establecido con el Estado y su rol en el desarrollo de dichos procesos.

En la construcción de la estructura de análisis de los relatos se buscó integrar tanto las técnicas cuantitativas como cualitativas, a modo de describir de forma armónica e integrada los principales hallazgos que nos permitieron comprender la complejidad y multidimensionalidad del fenómeno estudiado.

4. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ORIGEN Y EMPLAZAMIENTOS DE LAS EXPERIENCIAS

Para entender las trayectorias productivas y de organización que han desarrollado tanto la feria Ecoviva como los Mercados Campesinos, es necesario remontarse a los orígenes y contexto bajo el cual surgieron. Ambas nacieron en la región de Valparaíso como espacios de intercambio alternativos frente a una problemática en común, dada por el adverso y desigual escenario que ha ofrecido la tradicional cadena larga de comercialización. Una característica distintiva de estos mercados es que los productos provienen de *experiencias locales* de la agricultura familiar –en adelante AF–, donde se prioriza la diversificación productiva y un trato respetuoso con el medio

ambiente. La valoración de las capacidades locales en armonía con el medio ambiente ha permitido a los agricultores rescatar la identidad territorial de sus productos, logrando establecer relaciones campo-ciudad que contribuyen a la visibilización y consolidación de un modelo que cuestiona –en su praxis–, las lógicas del sistema agroalimentario convencional (Delgado, 2010).

Si bien ambas experiencias comparten un mismo escenario, se advierten elementos diferenciadores que permiten comprender mejor sus singularidades. Una dimensión importante que las distingue es la relativa a cómo estas fueron conformando y gestionando su espacio de comercialización. Aquí se pudo observar cómo las dinámicas y trayectorias productivas y de comercialización varían de acuerdo con la historicidad de los sujetos (Zemelman, 2006). Desde una perspectiva autogestionada, la feria Ecoviva surgió en el año 2012, fruto de la inquietud de un grupo de mujeres profesionales vinculadas al mundo de la agricultura ecológica. Ellas, en vista de la ausencia de un canal de comercialización de productos orgánicos en la región, decidieron armar un proyecto para levantar una feria.

La elección de un espacio definitivo de funcionamiento fue uno de los primeros desafíos organizativos para la gestión de la feria. En ese intertanto se fueron trazando líneas de acción, que buscaron hacer de la feria un espacio de promoción y educación del mundo orgánico, a través de charlas y actividades que tenían por objetivo atraer al consumidor. A medida que la organización se fue fortaleciendo se establecieron requisitos y estatutos, donde se estipuló que la feria se orientaría únicamente a productores que tuvieran certificación orgánica, siendo este un momento donde se vieron tensionadas las posturas en torno a cómo se construye confianza con los consumidores.

Actualmente la feria funciona el primer y tercer sábado de cada mes en Valparaíso. Está conformada por 10 productores orgánicos, en su mayoría provenientes de la zona interior de la región y –en algunos casos–, comercializadores de productos procesados orgánicos. Durante el año 2018 la agrupación se constituyó además como cooperativa, bajo el nombre de Eco Viva Coop, figura que les ha

permitido postular a fondos estatales para el mejoramiento de su infraestructura e imagen.

En el caso de los Mercados Campesinos, su conformación ha estado mediada por la intervención de organismos del Estado, instalándose en Valparaíso a comienzos del año 2018 como parte de una línea programática orientada a ayudar a la AF a través de la gestión de espacios que les permitan comercializar sus productos de forma directa (INDAP, 2015). Para ello, los equipos del Programa de Desarrollo Local (PRODESAL⁴), junto al encargado regional de promover las ferias, comenzaron a gestionar a un grupo de productores, con el fin de montar el primer Mercado Campesino en la región, donde el factor local y el de un sistema productivo basado en la producción limpia serían los sellos distintivos. Como espacio de funcionamiento se escogen lugares emblemáticos de la ciudad, como son la Plaza Bismarck (Cerro Alegre) y la Plaza Esmeralda (Cerro Monjas). En la gestión de este último espacio, la organización y coordinación de la Agrupación de Vecinos de plaza Esmeralda ha sido crucial, ya que fueron ellos quienes demandaron la necesidad de tener acceso a una feria de productos agrícolas como alternativa a las existentes en el plan de la ciudad y quienes posteriormente han participado activamente en la difusión y ampliación de la feria a otros servicios.

Desde entonces a la fecha, los mercados siguen funcionando con un total de 23 productores. Respecto a la gestión del espacio de comercialización, INDAP ha ido paulatinamente desligándose, para dar paso a una organización que sea sustentada por los mismos productores. Este temprano desligamiento ha traído conflictos que tienen que ver con el choque de cosmovisiones respecto a los objetivos fundacionales, como también con la poca fiscalización de los entes estatales respecto de los estatutos inicialmente pactados.

En suma, ya sea desde la autogestión o desde la implicación más directa del Estado, ambas iniciativas han logrado dar solución a la ya histórica problemática de la AF de tener que enfrentarse a las cadenas de tradicionales de comercialización, permitiéndoles un espacio único que favorece la valorización de su trabajo y el logro de mayores grados de autonomía.

4.2. CARACTERIZACIÓN DE LOS PRODUCTORES

Siguiendo la propuesta de Caballero, Dumrauf, González, Mainella y Moricz (2010) para el análisis de las ferias, se realizó un primer acercamiento que buscó conocer al sujeto social que conforma las experiencias. Se observó que ambas ferias reúnen a productores y productoras, que pueden ser catalogados bajo lo que se entiende como AF. Este perfil queda graficado en un grupo de variables tales como el número de personas que conforman las iniciativas (en su mayoría 2 personas, en el 57,6% de los casos, existiendo en un 88,9% de ellos una relación de parentesco); el tipo de mano de obra (se desarrolla en una lógica principalmente familiar); y el acceso a la tierra (superficie promedio de una hectárea). Este perfil también queda en evidencia en las entrevistas, donde se advierte que, tanto el trabajo productivo como el derivado de la distribución se organizan incluyendo a distintos integrantes de la familia.

Con la cantidad de gallinas que tengo, las cuido yo, mi hijo, mi hija, el que está en casa ayuda...entonces yo tampoco tengo a alguien extra que me ayude. (Productora N° 11, mujer, Mercado Campesino)

Bueno, en mi familia siempre hemos sido campesinos, sembradores, comerciantes...y de ahí también viene una enseñanza de cómo hacer comercio. Si ahora yo no estoy en la parcela, cualquiera de mi familia puede vender, mi papá, mi hermano, nunca el negocio está cerrado, jamás... (Productor N° 2, hombre, Ecoviva)

La mayoría de los productores que participan de las ferias estudiadas provienen de zonas interiores de la región de Valparaíso, principalmente de localidades que presentan un número importante de población rural como

⁴ Este programa está orientado a pequeños productores agrícolas. Es ejecutado por las municipalidades o, excepcionalmente, entidades privadas a las que INDAP transfiere recursos mediante asesorías técnicas y/o inversión.

Limache, Olmué y Casablanca (INE, 2017). Estos territorios han debido enfrentar procesos de expansión urbana, sobreviviendo además a un modelo extractivista que ha traído como consecuencia la degradación ambiental y pérdida de biodiversidad (Santibáñez-Frey, 2019). Otro aspecto a destacar es el rango etario de los productores y productoras, donde se repite la tendencia nacional al envejecimiento de la población rural que arrojó el Censo Agropecuario del año 2007, donde se estableció que los usuarios INDAP tienen en promedio 56,3 años (INE, 2007). En lo que respecta a las ferias estudiadas, las frecuencias tienden a concentrarse en el rango etario de mayores de 51 años, siendo escasa la cantidad de jóvenes que participa en esta estrategia de comercialización.

Tanto en la feria Ecoviva como en los Mercados Campesinos se puede observar que existe una fuerte presencia de mujeres, llegando al 72,7%, frente al 27,3% de hombres, respecto del total de la muestra. Lo anterior puede deberse a que la encuesta se aplicó a la persona a cargo del puesto en la feria, lo que indica que en la organización del trabajo como unidad familiar campesina la mujer tiene un rol clave en lo que respecta a la comercialización de los productos, mientras que el hombre concentra su actividad en el ámbito productivo propiamente tal. Esto viene a constatar cómo se han ido reconfigurando los límites entre lo público y lo privado, donde la mujer ya no solo se remite al espacio doméstico, resignificando de esta forma su lugar social (Caballero *et al.*, 2010). La feminización del trabajo familiar también quedó en evidencia en los Censos Agropecuarios de los años 1997-2007, donde –además de observarse un aumento de las mujeres que participaban en las labores de explotación agraria– puede verse también un incremento de los hogares con jefatura femenina, así como de su participación en la actividad económica ligada a rubros emergentes (INE, 2007). Esta tendencia se confirma en el estudio de caracterización de los canales de comercialización de la agricultura orgánica en Chile realizado por Pino, López, Salazar, Torres y Uytewaal (2018), donde las mujeres han pasado a presidir los gremios de productores orgánicos, reflejando con ello un cambio

respecto a la tradicional estructura patriarcal presente en la agricultura.

Los discursos expresados por las mujeres productoras dan cuenta de cómo la feria ha contribuido a la visibilización y apertura de espacios de participación, que finalmente han sido relevantes para llevar a cabo los procesos de conversión y transición hacia prácticas agroecológicas. Asimismo, esta participación se traduce en una mejora de la autoestima, producto de la obtención de un ingreso propio, permitiéndoles un mayor grado de autonomía y de toma de decisiones a nivel familiar. En palabras de Siliprandi (2009), los procesos de transición agroecológica (en sus distintas dimensiones) son para las mujeres un motor propulsor y un espacio de aprendizaje político, que conlleva la potencialidad de reconfigurar la tradicional jerarquización física y simbólica que impone el patriarcado.

Además de lo ya expuesto, se observaron procesos de diversificación no solo a nivel productivo, sino que también social. Esta diversificación social se manifiesta en la incorporación de nuevos actores que tras un proceso de «contraurbanización» se movilizan hacia territorios rurales, siendo poseedores de distintas características y motivaciones (Zuluaga, 2008). El actor «neorrural» es un individuo con formación profesional, que migra del campo a la ciudad, donde si bien –generalmente– no existen conocimientos agrarios previos, sí existe una inquietud por desarrollar prácticas de base ecológica, confrontando –desde otras trayectorias– las lógicas extractivistas. De este modo, el discurso neorrural promueve procesos de transición agroecológica desde sus distintas dimensiones, nutriéndose de prácticas de sustentabilidad revisitadas del campesinado y la búsqueda de nuevas formas de ser y estar en el territorio (Calle y Gallar, 2010).

El perfil neorrural se expresa en forma predominante –pero no única– en la feria Ecoviva, donde un 70% de sus participantes cuenta con un nivel educativo universitario. Por otro lado, en los Mercados Campesinos se identificó que solo un 17,4% tiene un nivel educativo básico-medio. Se observa así un perfil que podría catalogarse como *campesino*, entendiéndolo como un actor que siempre ha

estado ligado al territorio rural mediante el desarrollo de una actividad agrícola, valiéndose de su fuerza de trabajo o la de su familia para su reproducción. Producto de esta trayectoria de vida, el perfil campesino es poseedor de un saber-hacer agrario que se manifiesta –entre otras cosas–, en sus prácticas productivas.

La expresión de estos distintos perfiles puede verse también en los discursos, donde productores y productoras dan cuenta de sus trayectorias y de cómo fueron haciendo de la agricultura un proyecto de vida. Y lo hacen ya sea desde una herencia-tradición campesina, o bien, de una búsqueda de sentido que incentivó un cambio que trascendiera la formación profesional.

(...) Yo soy hija de agricultor, crecí y estaba gordita gracias a la agricultura. Mi papá es agricultor de Quillota, yo nací y me crié allá. Todos en mi familia son agricultores. (Productora Nº 11, mujer, Mercado Campesino)

Lo que me pasó es que me empecé a sentir como cuando era niño.... después de haber estado trabajando y estudiando en Buenos Aires con stress, con una vida de mala calidad, de mala alimentación, decidí salir a viajar y ahí como que me cambió la vida... (Productor Nº 3, hombre, Ecoviva)

Como se podrá ver más adelante, la historicidad que conforma cada perfil jugará un rol importante en las trayectorias productivas y de comercialización consolidadas por los productores. Se puede apreciar cómo los capitales culturales se plasman en las prácticas y dinámicas que se van consolidando durante el proceso de transición agroecológica

En términos de los rubros comercializados, predomina la venta de productos frescos como frutas y hortalizas, desarrollando además de manera complementaria –pero más relegada–, productos procesados de manera artesanal. No obstante, se observa que existe una menor cantidad de rubros en la feria Ecoviva, lo que se explica dado que esta solo permite la venta de productos que cuenten con certificación orgánica, reduciendo consecuentemente el número de participantes de la feria y su oferta.

Por otro lado, la cantidad y variabilidad de los rubros comercializados tiene que ver

también con las capacidades y características del territorio, ya que en las dos experiencias se privilegia la venta de productos regionales de temporada, rescatando y relevando el valor local y la forma en que este fue producido (orgánica, agroecológica, limpia).

En la feria Ecoviva, es posible ver que un 70% declara producir bajo un sistema productivo orgánico, el cual se encuentra regulado por normativas y procedimientos estipulados en la Ley 20.089 (República de Chile. Ministerio de Agricultura, 2006.). En cambio, en el caso de los Mercados Campesinos, el sistema productivo se encuentra mayormente definido por el concepto de *producción limpia* (78,3%) y en menor medida con el de *agricultura orgánica* (13%). Cabe mencionar que, en Chile, el concepto de producción limpia nace ligado a una política agrícola que plantea la sustentabilidad como factor de eficiencia y competitividad (Figura Nº 1).

En lo que respecta a las trayectorias de los sistemas productivos, en la feria Ecoviva se observa a un productor mayoritariamente ligado a lo neorrural, el que comenzó su inmersión en la agricultura de forma relativamente reciente. Por otra parte, en los Mercados Campesinos se observa que un porcentaje importante (69,6%) declara siempre haber tenido un sistema productivo limpio/orgánico, cifra que puede asociarse a aquellos productores que llevan menos años dedicados a la agricultura. Por su parte, el 30,4% restante –con mayor antigüedad en el rubro–, expresa que anteriormente desarrollaban un sistema productivo convencional.

4.3. LA FERIA COMO INSTANCIA DE RECUPERACIÓN Y DIÁLOGO DE SABERES

A pesar de la existencia de una estructura de legitimación y validación de las formas de conocimiento que han consolidado una monocultura hegemónica (De Sousa, 2009), es posible ver cómo –a través de estas experiencias– productores y productoras en proceso de transición agroecológica van reconociendo y recuperando saberes que se encontraban marginados. Esto quedó reflejado en los discursos en los que se expresa, con cierta nostalgia, cómo en su práctica productiva

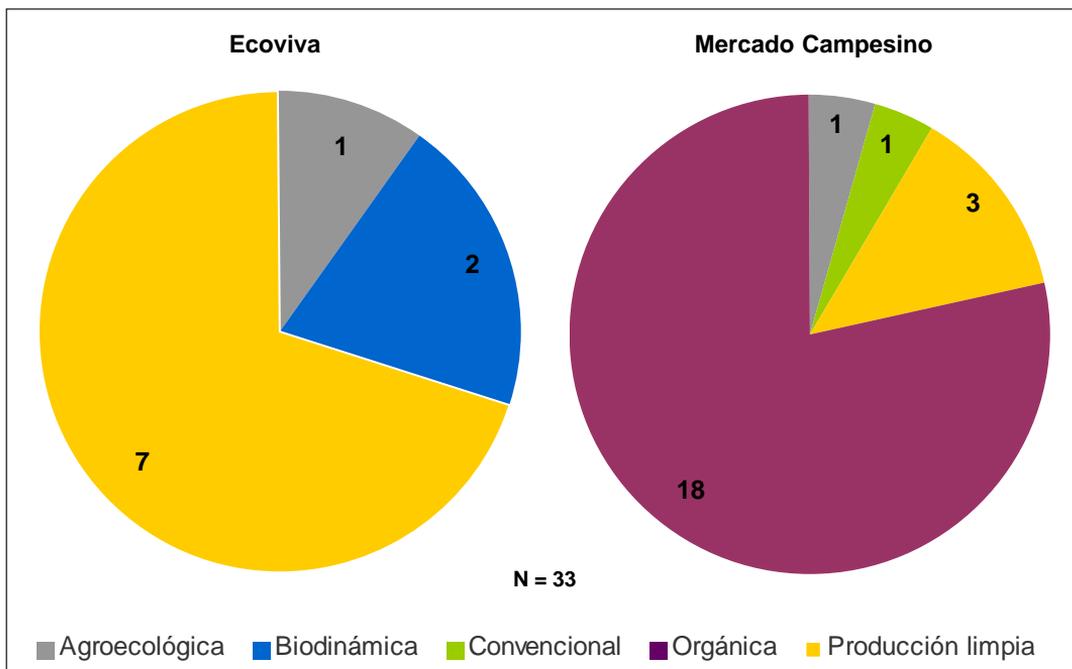


Figura 1. Comparación de la trayectoria de los sistemas productivos de la feria Ecoviva vs. los Mercados Campesinos. Fuente: elaboración propia

recurren a esta memoria biocultural⁵, donde se alojan saberes que son producto de un proceso histórico de acumulación y transmisión de generaciones anteriores (Toledo y Barrera, 2009). Se enlazan así sus trayectorias de vida con su saber-hacer en el campo, lo que luego se expresa y comparte en la feria como espacio de socialización.

Dada la forma en que sistemáticamente se han ido invisibilizando estos saberes, la creación de espacios de comercialización agroecológicos contribuye a su reconocimiento y valoración. Ellos, al transformarse en acción, favorecen su reproducción y la capacidad de modificar y reivindicar el territorio (Toledo y Barrera, 2009). Asimismo, como estos saberes son fruto de la experiencia y práctica acumulada, permiten a productores y productoras adoptar estrategias que sean pertinentes a sus realidades,

fortaleciendo los lazos en y con lo local (Arias, 2016).

Se observan así procesos donde el conocimiento de base agroecológica es co-construido en diferentes tipos de interacciones y escalas. Esto queda de manifiesto en cómo productores y productoras han ido consolidando prácticas y espacios donde estos saberes son compartidos, sobre todo en lo que dice relación con saberes prácticos sobre producción de abonos, manejo y control biológico de plagas. Por otro lado, también se advierte que –en algunos casos– este conocimiento es co-creado en conjunto con agentes estatales y/o privados, lo que ha permitido la recuperación de semillas y variedades locales que se encontraban desaparecidas.

Desde luego, la adopción y adaptación de estos distintos saberes no es de carácter lineal, sino que son procesos dinámicos que en la práctica son apropiados por los actores, adquiriendo así un sentido de pertenencia e identidad (Toledo y Barrera, 2009). Esta adaptación de los conocimientos a cada

⁵ La memoria biocultural se entiende como el conjunto de conocimientos que ha sido originado históricamente a lo largo de los miles de años de interacción entre las culturas y sus ambientes o entornos naturales (Toledo y Barrera, 2009).

contexto particular favorece, a su vez, procesos de experimentación que son claves para la conformación de las estrategias de producción de base agroecológica.

Por último, la articulación de distintos niveles y escalas de reproducción y co-creación de estos conocimientos es fundamental para lograr construir saberes más complejos, orientados a la protección del territorio y a la defensa del patrimonio agroalimentario. Esta colaboración dialéctica permite una comprensión integral de los distintos actores y dimensiones involucradas en el mejoramiento de la implementación de prácticas agroecológicas (Merçon y Sarmiento, 2016).

4.4. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN EN CAMINO A LA TRANSICIÓN AGROECOLÓGICA

Los procesos de transición agroecológica no solo dependen de la adopción de técnicas de manejo orgánico e integral de los ecosistemas, sino que también es necesario reconocer la transformación de estrategias productivas, organizacionales y económicas que se desmarcan del sistema dominante (Rodríguez, Paz, Suárez y Díaz, 2015). En lo que respecta a la comercialización, esta transformación se expresa en la diversificación y en el tipo de canal utilizado para la distribución de sus productos, observándose que las estrategias productivas influyen en las de comercialización y viceversa (López, 2015).

Tanto en la feria Ecoviva como en los Mercados Campesinos se puede ver que los productores utilizan una estrategia «multicanal», es decir, distribuyen sus productos a través de distintos circuitos cortos. Como característica común se observa que en estos canales los productores logran ofrecer productos de temporada originados localmente, de acuerdo con las capacidades del territorio (Lacroix y Cheng, 2014; Saravia, 2020).

Cada canal de comercialización escogido por el o la productor(a) representa diversos atributos que son valorados por los creadores y que tienen que ver con aspectos como la visibilidad, la estabilidad, el tiempo que invierten, el volumen de ventas, la proximidad con el consumidor, por nombrar algunos (López, 2015). Uno de los aspectos más

valorados por los productores es el hecho de poder llegar al consumidor más directamente y así poder vender su producto a un mejor precio. En efecto, la eliminación o disminución de los intermediarios ha permitido que muchos de ellos ganen autonomía y puedan establecer un nuevo tipo de relación con el consumidor. Esta dinámica se observa también a nivel latinoamericano, donde la reducción de agentes de intermediación se traduce en un mejoramiento promedio del 30% de los precios, si se compara con la venta con intermediarios (Lacroix y Cheng, 2014).

Al mismo tiempo se valoran aspectos como la educación a través del espacio ferial y de la retroalimentación y fidelización del consumidor. Estos reflejan que la feria no es simplemente un escenario de intercambio económico, sino que trasciende a transformarse en un espacio de socialización, donde se favorecen los vínculos de reconocimiento mutuo, sustentados en la confianza. Lo anterior tensiona y cuestiona los valores promovidos por la ética normalizadora del mercado, al poner en práctica valores que se le contraponen (Hinkelammert y Mora, 2009). Desde la perspectiva de Polanyi (2011), la feria refleja y expresa la necesidad de regular socialmente el espacio de intercambio, donde se reconocen y se ponen en valor capacidades que en el mercado convencional resultan invisibilizadas (Caballero *et al.*, 2010).

Por otra parte, particularmente para el caso de los productores de los Mercados Campesinos –donde los procesos de conversión productiva son más recientes–, se puede apreciar que existe mayor valoración de dimensiones que tienen que ver con lograr un *mejor precio de venta* y la *estabilidad* que la feria les otorga. Esta mejora se vuelve patente y significativa, sobre todo para aquellos productores cuya transformación productiva de lo convencional a prácticas agroecológicas ha venido de la mano con el abandono de la venta a intermediarios:

Claro, lo que pasa que antes uno le vendía a un intermediario y el intermediario se llevaba un buen porcentaje de la plata, de la venta. Y ahora ese porcentaje nosotros lo evitamos y nos queda para nosotros, porque vendemos directo. (Productor N° 13, hombre, Mercado Campesino)

Las desventajas de la feria, como canal de comercialización, se relacionan principalmente a una problemática estructural que enfrentan los productores orgánicos y agroecológicos en Chile (Borregaard, Geisse, Dufey y de Guevara, 2002). Esta tiene estrecha relación con el escaso conocimiento del consumidor respecto del impacto social y ambiental de la producción ecológica. Este desconocimiento se ha visto acentuado por la posición dominante de las cadenas largas de circulación, las que obstaculizan el crecimiento de un mercado de productos ecológicos, dificultando la estabilización y crecimiento de este tipo de circuitos de distribución (López, 2015). El éxito que puedan tener estas estrategias de comercialización está estrechamente relacionado con el fortalecimiento, compromiso y organización de los consumidores como parte activa de la cadena agroalimentaria (Van der Ploeg, Long y Banks, 2002).

La falta de apoyo del Estado en materia productiva y de comercialización es sindicada como un factor que incide negativamente en el desarrollo y consolidación de la feria, lo que se vuelve más evidente en Ecoviva, al ser un proyecto autogestionado. Resulta interesante observar que, para un tercio de los productores y productoras de los Mercados Campesinos, la ayuda del Estado continúe siendo considerada insuficiente. En lo que a esto respecta, las políticas de Estado no han contribuido al desarrollo de canales alternativos de comercialización para productores orgánicos o limpios, ni a la sociabilización de los daños potenciales que conlleva consumir alimentos con alta aplicación de pesticidas (Pino *et al.*, 2018).

Otra de las desventajas declaradas por los productores, guarda relación con el tiempo y esfuerzo que conlleva la preparación de la feria –cosecha, organización de productos, traslado, montaje, venta–, situación que se agrava si se considera que la planificación del trabajo se realiza a nivel familiar, por tanto el tiempo dedicado a la venta y distribución de los productos significa –en la práctica– menos tiempo dedicado a la producción, haciendo que algunos agricultores desistan de continuar con esta

estrategia de comercialización. Asimismo, otro de los problemas que se menciona en los Mercados Campesinos es la competencia desleal de ciertos productores, quienes diversifican su oferta abasteciéndose en centros mayoristas. Esta práctica, aunque minoritaria, ha generado una pérdida de la confianza, como también del valor y escala local de la producción.

En definitiva, al observar las trayectorias de comercialización de ambas experiencias se confirma la estrecha relación que existe entre el desarrollo de estrategias productivas y las de comercialización, donde el paso de una producción convencional a una de base agroecológica conlleva la búsqueda de estrategias de distribución capaces de valorar los atributos y cualidades de este sistema productivo (López, 2012). Los circuitos que los productores van consolidando les dan la posibilidad de seguir manteniendo el control de la organización de su trabajo, mediante un esquema comercial que les permita la máxima flexibilidad, movilidad y libertad (Paz, 2008). Esto contribuiría al mismo tiempo a la desprecuarización de las economías domésticas de las y los agricultores.

En el proceso de estabilización de estos circuitos de distribución, las redes sociales y culturales donde están inmersos los productores son de especial importancia, ya que, de cierta manera, sientan las bases para la construcción y consolidación de sus canales cortos de comercialización. La incorporación, aún minoritaria, de canales como las tiendas especializadas o la venta a restaurantes, hablan de cómo los productores han ido mejorando sus capacidades logísticas para la consolidación de sus estrategias de comercialización (López, 2012). No obstante, en el camino a consolidar dichas estrategias, tanto estas como otras experiencias agroecológicas similares siguen teniendo como desafío el poder lograr un equilibrio entre el bienestar del agricultor(a) y la democratización del acceso a alimentos sanos y culturalmente pertinentes.

4.5. LA FERIA COMO ESPACIO DE RECUPERACIÓN DEL TRABAJO COLECTIVO
De acuerdo con los planteamientos de Calle *et al.* (2013) sobre agroecología política, las ferias

de productores corresponden a estrategias colectivas que contribuirían, en su praxis, al desarrollo de estilos alimentarios equitativos y sustentables. Su construcción estaría orientada a la reterritorialización de la cadena alimentaria, materializando con ello la búsqueda de alternativas que «disputan el sentido del espacio del mercado donde se lo resignifica como espacio social, de encuentro y de lucha, confrontando la lógica hegemónica del mercado tradicional» (Caballero *et al.*, 2010, p. 24). No obstante, si bien estas experiencias de comercialización a pequeña escala representan una alternativa a la tradicional cadena larga de distribución, deben ser entendidas como pequeños brotes, que por sí mismos aún no logran superar las barreras del agronegocio.

Por otro lado, investigaciones realizadas a nivel latinoamericano (Chambilla, 2014; López, 2014) dan cuenta que, uno de los elementos importantes para lograr la sostenibilidad de las ferias, es el nivel de organización de los productores. Este factor se vuelve aún más relevante si consideramos que en Chile existe una ausencia de la organización colectiva de la demanda por parte de los consumidores (Pino *et al.*, 2018; López, 2015). La experiencia latinoamericana muestra que el mayor nivel de organización de los productores impacta en el posterior desarrollo de metodologías horizontales y participativas, las que conllevan una mejor –y más rápida– apropiación de técnicas y prácticas agroecológicas.

Siguiendo a Van der Ploeg (2010), las ferias orgánicas y/o agroecológicas pueden ser entendidas –entonces– como innovaciones sociales que entran en conflicto con el sistema agroalimentario, haciendo posible la construcción de alternativas tanto por parte de los productores como desde el Estado. Desde esa consideración las ferias emergen en el territorio como expresión de un proceso que no solo da cuenta de la apropiación material de la naturaleza, sino también de una apropiación simbólica en la que están presentes intereses valóricos y materiales, que buscan visibilizar aspectos que guardan relación con el tipo de vínculo que se establece con el entorno (Leff, 2003).

Estos procesos de *cooperación social* han sido claves para la constitución de la feria

como parte de una cadena de producción y distribución equitativa y sustentable, irguiéndose como parte de una tradición disidente, que busca construir alejada de los imperativos de competitividad y autoritarismo del mercado (Cuéllar, Gallar y Collado, 2013). Asimismo, estas dinámicas y relaciones basadas en una estrategia de confianza-apoyo-reciprocidad hacen de la feria un espacio que trasciende sus fines de comercialización.

Para los productores y productoras del Mercado Campesino de plaza Esmeralda, la labor y rol voluntario que ha asumido un grupo organizado de vecinos ha sido de gran ayuda para la difusión de la feria y realización de actividades que la resignifican como espacio de encuentro y socialización, estableciendo relaciones que van más allá de lo mercantil. La articulación de estos vecinos ha generado instancias donde ellos planifican, a través de redes sociales como WhatsApp, la coordinación de los pedidos para la feria, permitiendo a los productores y productoras organizar y planificar mejor su tiempo y producción. Esto confirma la importancia que tienen, para el desarrollo y sostenibilidad de las experiencias, las relaciones de tipo extracomunitarias que se establezcan en los territorios.

Finalmente se advierte que, al igual que en la feria Ecoviva, la diferencia de posturas en torno a cómo se construyen y se consolidan como estrategias de comercialización, va impulsando dinámicas que configuran una trama organizativa capaz de resolver –o no– los distintos problemas que surgen al compartir un mismo espacio. Desde ese aspecto, la fragilidad en los niveles de organización y participación supone un desafío para la sostenibilidad de las iniciativas, poniendo a prueba la capacidad de agencia de productores y productoras para construir una alternativa de forma colectiva. Esto último implicaría necesariamente un cambio en la noción de lo que se entiende como participación, la que tradicionalmente se asume de una manera vertical, donde la responsabilidad recae solo en unos pocos, impidiendo con ello el desarrollo de una cultura de contribución más colaborativa y horizontal (Sevilla, 2012).

5. CONCLUSIONES

En un contexto regional, donde aún prevalecen fuertemente las lógicas de la agroindustria, la feria Ecoviva y los Mercados Campesinos surgen como alternativas innovadoras, que pueden ser clasificadas bajo lo que se definió como circuitos cortos de comercialización. En el caso de la feria Ecoviva, se trata de una instancia basada en un proceso organizativo autogestionado, que busca desmarcarse de los patrones atomizantes de competitividad y autoritarismo del mercado (Cuéllar *et al.*, 2013). Además, es posible observar que las trayectorias de las ferias estudiadas guardan directa relación con la historicidad de los sujetos que la componen, con un perfil neorrural (Zuluaga, 2008) en Ecoviva y otro más próximo a una herencia cultural campesina en lo que respecta a los Mercados Campesinos. Esto representaría un claro correlato de la complejidad de los cambios que se han venido dando en territorios rurales.

Tras analizar sus procesos de producción y organización es posible afirmar que detrás de la feria como proyecto colectivo conviven distintos sentidos y motivaciones que, desde su heterogeneidad, se orientan a la construcción de un espacio de inclusión territorial y socioeconómica. Se constituye entonces en un espacio donde se reconstruyen lazos sociales y se reivindican saberes y prácticas de la agricultura familiar campesina. Desde esa consideración, la feria puede entenderse como parte de una expresión que busca transitar hacia *otra concepción de economía*, donde se pongan en valor otras formas de «ser-hacer» que reivindiquen la reproducción ampliada de la vida.

La feria es para los productores y productoras una oportunidad de recuperar la *autonomía* a través de la *reterritorialización* de la cadena productiva, con base en las capacidades y necesidades locales; y en el caso de los Mercados Campesinos, con el apoyo del Estado. En ellas, gracias a la movilización de recursos sociales y culturales, pasan a ser agentes activos en la construcción de sus territorios. Así mismo, la *proximidad* y la escala de funcionamiento de los circuitos cortos devuelven al productor la oportunidad de estrechar relaciones con el consumidor y la

naturaleza, favoreciendo la diversificación productiva, lo que finalmente se convierte en un factor que da valor agregado a su propuesta. Adicionalmente, la resignificación y reivindicación del vínculo productor-consumidor *rescata y releva el valor local*, así como la forma en que este fue producido –orgánica, agroecológica, limpia–.

Las experiencias estudiadas se han visto enfrentadas al dilema sobre cómo validar sus prácticas frente a la institucionalidad y los consumidores. Aquí es posible visualizar cómo se confrontan los sentidos respecto a la forma en que se construye confianza, presentándose como visiones que reflejan un menor o mayor grado de adherencia a los mecanismos de control provenientes del Estado. La validación y legitimación del sistema productivo son vistas—por algunos— como una relación que se crea con base en la cercanía y en el vínculo que se estrecha con el consumidor, otorgándole especial valor a la palabra como mecanismo de confianza. Sin embargo, para otros es necesario ajustarse a normas de producción estandarizadas internacionalmente.

En la búsqueda de construir desde otros valores, también se reconfigura la relación que se establece con la naturaleza y se comprende que su preservación y cuidado es a la vez esencial para la reproducción ampliada de la vida. Esta relación de base más armónica se constituye al mismo tiempo como un factor que promueve la diversificación como práctica productiva, encaminada a la transición agroecológica de los ecosistemas. Simultáneamente, estos procesos de diversificación productiva han contribuido a la democratización de los sistemas agroalimentarios, devolviéndole a los territorios la capacidad de pensar y decidir sobre su alimentación (Rosset y Martínez, 2014). Desde el marco práctico y epistémico que otorga la agroecología, se puede afirmar que la consolidación de la feria promueve y problematiza el concepto de alimentación desde un enfoque de derechos, buscando resguardar el acceso y disponibilidad de alimentos sanos y nutritivos, como también poniendo énfasis en que estos sean producidos de una forma cultural y ambientalmente respetuosa.

Así mismo se observó que, como parte de este proceso de democratización, la feria cumple un rol importante en cuanto contribuye a la visibilización y ampliación de espacios de participación a nivel rural, donde históricamente ha prevalecido una visión patriarcal, en la que el rol de la mujer no ha sido valorado (Kay, 2001). En la feria la mujer ocupa y disputa estos espacios, problematizando las relaciones sociales de género, mediante la reivindicación del valor de todas aquellas actividades de cuidado y reproducción que han sido claves en la preservación de especies y variedades tradicionales para la reproducción de la economía familiar. Desde esa consideración, el liderazgo que tiene la mujer en la feria contribuye a visibilizar su rol en lo que respecta a la protección del patrimonio agroalimentario local y la memoria biocultural (Toledo y Barrera, 2009).

Uno de los aspectos que se vislumbra más débil –y que en un futuro podría ser un elemento desestabilizador de las experiencias– es lo que respecta a su organización; sobre todo considerando que, como parte de un proceso de transición, la agroecología contempla el desarrollo de metodologías horizontales y participativas pensadas colectivamente. Esta debilidad, como se mencionó anteriormente, más que ser propia de las experiencias corresponde a una realidad transversal a nivel país. Como bien relata Bengoa (2003), esto puede interpretarse como una de las consecuencias que ha tenido la profundización de un modelo político económico de lógicas individualistas-asistencialistas, lo que ha incidido directamente en contra del establecimiento de mayores niveles de organización entre los productores y productoras.

La feria, en su cotidianidad, entrega y devuelve a los agricultores y agricultoras la posibilidad de pensar y hacer fuera de los marcos determinados por el modelo hegemónico actual. Es en esta práctica cotidiana y silenciosa donde se gesta y se teje una forma de comprender el mundo pensado por y para el territorio. Por ende, la sostenibilidad y la construcción de dichas alternativas pasa, inexorablemente, por

repensar los viejos principios instalados como lógicas universales y avanzar hacia una ética que respete la diversidad de la existencia humana y de los agroecosistemas.

REFERENCIAS

- Arias, B.A. (2016). Saberes locales campesinos sobre el alimento: aportes a la soberanía y la salud mental comunitaria. *Salud UIS*, 46(2), 232-239. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S012108072016000200010&script=sci_abstract&tlng=es
- Azevedo da Silva, C.A. (2009). La configuración de los circuitos «de proximidad» en el sistema alimentario: tendencias evolutivas. *Documents d'Análise Geográfica*, (54), 11-32.
- Bazán, D. (2013). *Investigación-Acción y pedagogía crítica para el profesorado que sueña y resiste*. Santiago, Chile: Ediciones Alteridad. Recuperado de https://issuu.com/domingobazan3/docs/ia_y_pedagog_a_cr_tica_baz_n_2013
- Bengoa, J. (2003). 25 años de estudios rurales. *Revista Sociologías*, (10), 36-98.
- Borregaard, N., Geisse, G., Dufey, A. y de Guevara, J. (2002). Mercados verdes: una oportunidad que requiere ser atendida. *Revista Ambiente y Desarrollo de CYPASA*, (1), 37-38. Recuperado de <https://doi.org/10.37467/revgestion.v5i1.481>
- Caballero, L., Dumrauf, S., González, E., Mainella, F. y Moricz, M. (2010). Los procesos organizativos de la agricultura familiar y la creación de ferias y mercados de economía social. *Revista Otra Economía*, 4(7), 26-41. Recuperado de <https://revistaotraeconomia.org/index.php/otraeconomia/article/view/1300/362>
- Calle, A. y Gallar, D. (2010). Agroecología política: transición social y campesinado. *Revista de Economía Crítica*, (16), 247-277. Recuperado de <https://core.ac.uk/reader/51383182>

- Calle, A., Soler, M. y Rivera-Ferre, M. (2010). Soberanía alimentaria y agroecología emergente: la democracia alimentaria. En A. Calle Collado, (Ed.), *Aproximaciones a la Democracia Radical* (pp. 213-238). Barcelona, España: Icaria. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/315757265_Soberania_alimentaria_y_Agroecologia_Emergente_la_democracia_alimentaria
- Calle, A., Vara, I. y Cuéllar, D. (2013). La transición social agroecológica. En M. Cuéllar Padilla (Ed.), *Procesos hacia la soberanía alimentaria: perspectivas y prácticas desde la agroecología política* (pp. 81-102). Barcelona, España: Icaria.
- Caracciolo Basco, M. (2013). *Los mercados y la construcción de tramas de valor en la Economía Social y Solidaria (rural y urbana)*. Buenos Aires, Argentina: IDAES-UNSAM, Programa de Economía Solidaria. (Documento de la Cátedra Economía Social y Solidaria).
- Chambilla, H. (2014). Ferias ecológicas en Bolivia: dinamizando la agricultura sustentable. En M. Devisscher y B. Elías (Eds.), *Del productor al consumidor, una alternativa comercial para la agricultura familiar* (pp. 33-98). Sopocachi, Bolivia: Agrónomos y Veterinarios Sin Fronteras-Fundación Xavier Albó. Recuperado de https://www.avsf.org/public/posts/1706/del_productor_al_consumidor_bolivia_avsf_2014.pdf
- Cittadini, R., Caballero, L., Moricz, M. y Mainella, F. (2010). «Economía Social» y «Agricultura Familiar»: Miradas y experiencia sobre mismo camino. Buenos Aires, Argentina: Ediciones INTA. Recuperado de http://online.inta.gov.ar/prohuerta/archivos/libro_economia_social_22-04-2010.pdf
- Coraggio, J. L. (2008). *La Economía social y solidaria como estrategia de desarrollo en el contexto de la integración regional latinoamericana*. [Ponencia presentada en el] 3º Encuentro Latinoamericano de Economía Solidaria y Comercio Justo, RIPESS, Montevideo, octubre.
- Coraggio, J. L. (2010). *Pensar desde la perspectiva de la Economía Social y ¿Cómo construir otra Economía?* En R. Cittadini, L. Caballero, M. Moricz y F. Mainella (Eds.), *Economía Social y Agricultura Familiar: hacia la construcción de nuevos paradigmas de intervención* (pp. 25-61). Buenos Aires, Argentina: Ediciones INTA. Recuperado de <http://inta.gov.ar/documentos/economia-social-y-agriculturafamiliar/>
- Cuéllar Padilla, M., Gallar, D. y Collado, A. (2013). *Procesos hacia la soberanía alimentaria. Perspectivas y prácticas desde la agroecología política*. Barcelona, España: Icaria. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/291102681_Procesos_hacia_la_Soberania_alimentaria_Perspectivas_y_practicas_desde_la_agroecologia_politica
- Delgado, M. (2010). El sistema agroalimentario globalizado: imperios alimentarios y degradación social ecológica. *Revista de Economía Crítica*, (10), 32-61. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/227488163_El_sistema_agroalimentario_globalizado_imperios_alimentarios_y_degradacion_social_y_ecologica
- De Sousa Santos, B. (2009). *Una epistemología del Sur: La reinención del conocimiento y la emancipación social*. México D.F.: Siglo XXI-CLACSO.
- De Sousa Santos, B. (2010). *Descolonizar el saber, reinventar el poder*. Montevideo, Uruguay: Trilce.
- De Sousa Santos, B. (2011). *Producir para vivir: los caminos de la producción no capitalista*. México, D.F.: FCE. Recuperado de <http://economiasolidarias.unmsm.edu.pe/?q=libros/producir-para-vivir-los-caminos-de-la-produccion-no-capitalista>
- Freire, P. (1973). *¿Comunicación o extensión? La concientización en el medio rural*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Hinkelammert, F. y Mora, H. (2009). *Economía, sociedad y vida humana. Preludio a una segunda crítica de la economía política*. Buenos Aires, Argentina: UNGS/ALTAMIRA.
- Instituto de Desarrollo Agropecuario, INDAP. (2015). *Estudio para un sello de productos y servicios de la agricultura familiar campesina*. Estudios y Documentos de trabajo N°3. Recuperado de <https://www.indap.gob.cl/docs/default-source/default-document-library/n%C2%BA3-archivo-orig.pdf?sfvrsn=0>
- Instituto Nacional de Estadísticas, INE. (2007). *VII Censo Agropecuario y Forestal*. Santiago, Chile: INE.
- Instituto Nacional de Estadísticas, INE. (2017). *Censo Nacional de Población y Vivienda*. Santiago, Chile: Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.

- Kay, C. (2001). Los paradigmas del desarrollo rural en América Latina. En F. García, (Coord.), *El mundo rural en la era de la globalización: incertidumbres y potencialidades* (pp. 337-429). Madrid, España: Universidad de Lleida.
- Lacroix, P. y Cheng, G. (2014). *Ferias y mercados de productores: hacia nuevas relaciones campo-ciudad*. Quito, Ecuador: VSF-CICDA - CEPES.
- La Trobe, H. (2002). *Local food, future directions*. Londres, Reino Unido: Friends of the Earth.
- Leff, E. (2003). La ecología política en América Latina. Un campo en construcción. *Polis. Sociedade e Estado, Brasília*, 18(1-2), 17-40. Recuperado de <https://www.scielo.br/pdf/se/v18n1-2/v18n1a02.pdf>
- López, W. (2014). Hacia la democratización del consumo de productos ecológicos: un aporte a la soberanía alimentaria. En M. Devisscher y B. Elías (Eds.), *Del productor al consumidor, una alternativa comercial para la agricultura familiar* (pp.102-128). La Paz, Bolivia: Agrónomos y Veterinarios Sin Fronteras. Recuperado de https://www.avsf.org/public/posts/1706/del_productor_al_consumidor_bolivia_avsf_2014.pdf
- López García, D. (2012). Canales cortos de comercialización, un elemento dinamizador. *Soberanía Alimentaria, Biodiversidad y Culturas*, (8), 20-24.
- López García, D. (2015). *Producir alimentos, reproducir comunidad. Redes alimentarias alternativas como formas económicas para la transición social y ecológica*. Madrid, España: Libros en Acción.
- Mañano Fernández, B. (2005). Movimientos socioterritoriales y movimientos socioespaciales. Contribución teórica para una lectura geográfica de los movimientos sociales. *OSAL*, 6(16), 273-283.
- Merçon, J. y Sarmiento, A. (2016). Co-creación de saberes, poderes, prácticas e identidades campesinas en Tlaxcala, México. *Revista de Agroecología Leisa*, 32(1), 15-16. Recuperado de <http://www.leisa-al.org/web/images/stories/revistapdf/vol32n1.pdf>
- Pastore, R. (2011). *Qué es la economía social y solidaria*. [Charla con Rodolfo Pastore]. Recuperado de <http://www.dosess.org.ar/2011/03/que-es-la-economia-social-y-solidaria.html>
- Paz, R. (2008). Mitos y realidades sobre la agricultura familiar en Argentina: reflexiones para su discusión. *Revista Latinoamericana de Economía*, 39(153), 57-82.
- Pino, C., López, D., Salazar, A., Torres, C. y Uytewaal, K. (2018). *Canales de comercialización alternativos para el desarrollo del mercado nacional de productos agrícolas orgánicos*. Santiago, Chile: Fundación para la Innovación Agraria. Recuperado de <http://bibliotecadigital.fia.cl/bitstream/handle/20.500.11944/146108/Canales%20de%20comercializaci%c3%b3n%20alternativos%20para%20productos%20agricolas%20org%c3%a1nicos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Polanyi, K. (2011). *La gran transformación. Los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- República de Chile. Ministerio de Agricultura. (2006). *Ley 20089 Crea sistema nacional de certificación de productos orgánicos agrícolas*. Diario Oficial Nº 38.365 del 17 de enero de 2006. Recuperado de <http://www.leychile.cl>
- Rodríguez, R., Paz, R., Suárez, V. y Díaz, J. P. (2015). Construyendo mercados desde la propia finca: tres experiencias sobre circuitos cortos en la agricultura familiar. *Revista Agro Sur*, 43(1). Recuperado de <http://revistas.uach.cl/pdf/agrosur/v43n1/art02.pdf>
- Rosset, P. y Martínez Torres, M. (2014). Soberanía alimentaria: reclamo mundial del movimiento campesino. *Ecofronteras*, 18(51), 8-11.
- Salcedo, S., De la O, A. P. y Guzmán, L. (2014). El concepto de agricultura familiar en América Latina y El Caribe. En S. Salcedo y L. Guzmán (Eds.), *Agricultura familiar en América Latina y el Caribe. Recomendaciones de política* (pp. 17-33). Santiago, Chile: FAO.
- Santibáñez-Frey, H. (2019). Conflictos socio-ambientales en el Área Metropolitana de Valparaíso. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, (35), 261-281.
- Santos, M. (1996). *La naturaleza del espacio. Técnica y tiempo. Razón y emoción*. San Pablo, Brasil: Editora Hucitec.

- Saravia, P. (2020). Circuitos cortos de comercialización alimentaria: análisis de experiencias de la región de Valparaíso, Chile. *Revista Psicoperspectivas. Individuo y Sociedad*, 19(2). Recuperado de <https://www.psicoperspectivas.cl/index.php/psicoperspectivas/article/view/1914/1228>
- Sevilla Guzmán, E. (2012). *Canales cortos de comercialización alimentaria en Andalucía*. Sevilla, España: Junta de Andalucía, Fundación Pública Andaluza, Centro de Estudios Andaluces, Consejería de la Presidencia e Igualdad.
- Sevilla Guzmán, E. y González de Molina, M. (1993). *Ecología, campesinado e Historia: para una reinterpretación del capitalismo en la agricultura*. Madrid, España: La Piqueta.
- Sevilla Guzmán, E. y Soler, M. (2012). Del desarrollo rural a la agroecología. Hacia un cambio de paradigma. *Documentación social*, (155), 23-39. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3142699>
- Siliprandi, E. (2009). *Mujeres y agroecología: la construcción de nuevos sujetos políticos en la agricultura familiar*. (Tesis doctoral inédita). Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasil.
- Toledo, V. M. (1993). La racionalidad ecológica de la producción campesina. En M. G. de Molina y E. Sevilla Guzmán (Eds.), *Ecología, campesinado e historia: para una reinterpretación del desarrollo del capitalismo en la agricultura* (pp. 197-218). Barcelona, España: La Piqueta. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/22136859_La_Racionalidad_Ecologica_de_la_Produccion_Campesina_Victor_M_Toledo-Universidad_Nacional_de_Mexico
- Toledo, V. M. y Barrera Bassols, N. (2009). *La memoria biocultural: la importancia ecológica de las sabidurías tradicionales*. Barcelona, España: Icaria.
- Van der Ploeg, J. D, Long, N. y Banks, J. (2002). *Living countrysides. Rural development processes in Europe: The state of art*. Doetinchem, Países Bajos: Elsevier.
- Van der Ploeg, J. D. (2010). *Nuevos campesinos: Campesinos e imperios alimentarios*. Barcelona, España: Icaria Editorial.
- Zemelman, H. (2006). *Historicidad y transmisión del conocimiento. El papel de la epistemología*. En M. Gómez Sollano y H. Zemelman (Comps.), *La labor del maestro: formar y formarse* (pp. 1-8). Ciudad de México: Pax.
- Zuluaga, G. (2008). *Dinámicas urbano-rurales en los bordes de la ciudad de Medellín*. *Gestión y Ambiente*, 11(3), 161-172. Recuperado de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/gestion/article/view/14043/14821>