



**Mercado campesino de Guasca: prácticas sociales para el fortalecimiento del
buen vivir 2008-2018**

Mayra Alejandra Mayorga Celis

Ana Milena Ramos Tovar

Directora:

Luz Ángela Tabares Rojas

TESIS DE GRADO PARA OPTAR EL TÍTULO DE:

Pregrado en Sociología

Universidad Santo Tomás

Facultad de Sociología

Bogotá, D.C

2019

Agradecimientos

A nuestros abuelos que ya no están, y a los que aún existen, por heredarnos el amor al campo por medio de sus manos, labrando sus cultivos y respetando la tierra, por ser generosos con sus saberes y apropiarse de su sentir campesino; a nuestros padres por enseñarnos a valorar la tranquilidad y armonía que la vida rural ofrece. A la sociología por conducirnos en la búsqueda del quehacer crítico y tejer el conocimiento entre lo popular y lo académico, en un territorio donde conviven perfumes y armas, en la lucha y resistencia constante por conservar las memorias, los saberes y las formas de hacer.

A Doña Clementina, por inspirar el trabajo en el territorio en formas comunitarias, organizadas y asociativas, que dan fruto en el mercado campesino de Guasca y dan sustento a las prácticas conscientes del entorno natural, fortaleciendo el vínculo con la tierra, al mercado campesino de Guasca, por la disposición, amabilidad y confianza depositada en nosotras.

A nuestra asesora Luz Ángela Tabares Rojas, por el tiempo, dedicación y guía en la construcción de nuestras convicciones. A los docentes quienes formaron en nosotras el pensamiento crítico y argumentativo, a nuestros compañeros por estar ahí.

Dedicatoria

Dedico este proceso de deconstrucción, de haberme perdido un poco, para reconstruirme y encontrar el rumbo... A Jerónimo por recordarme el espíritu inquieto, explorador y creativo que habita en mí. A Jacobo por enseñarme a valorar las sensaciones y las cosas simples, por sorprenderme día a día con sus ocurrencias y contagiarme de su mágica energía. A mis hijos por su querer incondicional.

Alejandra Mayorga

En memoria de mi bisabuelo por su resistencia y arduo trabajo campesino; a cada uno de mis abuelos, por su compromiso en el quehacer rural y cariño hacia mí, a mi madre por ser el pilar más importante, a mi padre por su apoyo constante, a mi hermano y demás familiares, por su amor, por creer en mí, en los pasos que de a poco emprendo, por escucharme y guiarme en todo momento.

Milena Ramos

No hay lugar en el mundo, donde un profundo malestar se manifiesta frente al aumento de brechas sociales, al irrespeto por la justicia, al desempleo de los jóvenes, a los abusos de poder, a la destrucción de la naturaleza. (Houtart, 2014)

“Relación de familia, todo el mercado es como una familia, todos nos colaboramos, nos ayudamos” (Entrevista7: productores)

Tabla de Contenido

1. Introducción.....	6
2. Marco referencial.....	8
2.1 Alianzas para una fuerza productiva e intercambio de valores	8
2.2 Las relaciones entre el campesino y el mercado	11
2.3 Prácticas sociales en la vida rural	14
3. Planteamiento del problema	18
3.1 Planteamiento del problema de investigación	18
3.2 Justificación	23
3.3 Pregunta de investigación.....	24
3.4 Objetivo general.....	24
3.5 Objetivos específicos.....	24
4. Marco teórico- conceptual.....	25
5. Marco metodológico	40
6. Capítulo I: Características organizacionales, modos de producción y cohesión social en el mercado campesino de Guasca.	43
7. Capítulo II: Prácticas sociales en la organización popular del mercado campesino.....	55
8. Capítulo III: Rol del mercado campesino en el territorio.	68
9. Conclusiones	81
10. Recomendaciones.....	84
11. Bibliografía	85

1. Introducción

La economía neoliberal, debido a las lógicas de explotación usadas, en razón de la conveniencia y el individualismo, han desarticulado la solidaridad social, afectando de manera directa los territorios, y quienes los habitan, reconfigurando las dinámicas socioeconómicas y culturales. En éste sentido, la construcción de nuevas alternativas organizacionales de cara al sistema hegemónico, pretenden redescubrir los territorios, por medio de la participación colectiva de las comunidades campesinas, en donde sus actores recuperan los saberes subalternos, usados en la cotidianidad.

De ésta manera, la conformación de los mercados campesinos, reconocidos como iniciativas socioeconómicas, hacen frente al actual sistema de producción capitalista, que provoca una ruptura en la economía campesina y repercute en el accionar de la vida rural, además, tiene efectos negativos en el medio ambiente, como la explotación a gran escala de los recursos naturales. Por esta razón, las organizaciones campesinas, mediante dichas iniciativas socioeconómicas, implementan estrategias de sostenibilidad, responsabilidad, y equidad, en cuanto a la producción, distribución y consumo de los alimentos, en relación con el entorno natural, a través de prácticas como la agroecología.

En Bogotá, desde la institucionalidad, se crean alianzas entre el entorno rural y urbano como los mercados campesinos, en busca de garantizar el acceso a alimentos de calidad y precios justos, para la población capitalina, además de eliminar los intermediarios en la cadena de producción y consumo, promoviendo la importancia de la economía campesina y las formas de organización que la fortalece, lo anterior logró potencializar y replicar en los territorios, la relevancia de configurar estrategias en aras de garantizar la satisfacción de las necesidades humanas, en particular de la vida rural, contribuyendo en la configuración de los vínculos sociales.

En la búsqueda constante de un reconocimiento de la economía campesina y la resignificación de la misma en los territorios, surge en Guasca Cundinamarca, municipio ubicado a 58 km de Bogotá, un mercado campesino como iniciativa socioeconómica, con el objetivo de satisfacer las necesidades básicas de quienes participan allí, partiendo de características productivas y saludables que van de la mano con el medio ambiente: la agroecología, además de las relaciones socioeconómicas, que se han construido entre productor y consumidor. Sin embargo, se desconoce desde la perspectiva académica y de la comunidad, tanto guasqueña como de quienes hacen parte del mercado campesino, el ámbito social que ha permitido el fortalecimiento de dicha alternativa, como las prácticas y vínculos sociales identitarios, propios de éste grupo social, además de la organización social y popular que ésta desarrolla en el espacio de integración: el mercado campesino.

Por tal motivo, nace el interés, por realizar un acercamiento exploratorio para vislumbrar los procesos organizativos que convergen en torno a los valores, relaciones sociales, de cara al buen vivir como una alternativa que se enriquece con la multiplicidad de características y prácticas en una convivencia colectiva, además de evidenciar el rol que tiene el mercado campesino en el territorio. Asimismo, se analiza el ámbito social en el mercado campesino de Guasca, enunciado a partir de la sociología de las organizaciones, la economía social y solidaria, economía campesina y popular desde donde nace dicha iniciativa, de acuerdo a una reciprocidad existente entre los saberes subalternos de la identidad campesina y conocimientos adquiridos por medio de la academia, haciendo del mercado campesino un atractivo en la región, activando el desarrollo local en el territorio.

Por ende, la presente investigación tiene lugar a partir de una búsqueda referencial de documentos en los que se expone la importancia de la economía campesina representada en los mercados campesinos como canales organizativos de cohesión, seguido a ello, una problematización a partir del ámbito sociológico, en donde se identifica la incertidumbre que ha causado la economía dominante y como en respuesta surgen iniciativas socioeconómicas encaminadas hacia el buen vivir. A continuación, por medio de tres capítulos, se hace alusión a la configuración social y popular del mercado campesino de Guasca, en primera instancia en el capítulo uno, se enuncian las características organizacionales en el mercado campesino, a partir de los valores, modos de producción y la economía social y solidaria, en el segundo capítulo, se hace referencia a las prácticas sociales, entorno a la asociatividad, cohesión social, economía campesina y popular, a continuación, en el capítulo tres, se hace alusión, al rol del mercado campesino en el municipio de Guasca, a través de categorías como desarrollo local, territorio y participación.

En las conclusiones se enuncia la manera en que los mercados campesinos, por medio de múltiples estrategias organizacionales y características sociales, han garantizado aportes al desarrollo local y cohesión social mediada a partir de valores y relaciones sociales, entre las personas que hacen parte de dicha iniciativa. Finalmente se plantean unas recomendaciones para el mercado campesino que pueden permitir una autonomía y fortalecimiento de ésta, a través de acciones colectivas.

2. Marco referencial

Los documentos relacionados a continuación, se desarrollan a partir de metodologías cualitativas y plantean diferentes escenarios, y características sobre la importancia de la economía campesina, la organización social y popular, y los mercados campesinos como alternativas socioeconómicas, donde los individuos están en la búsqueda de proporcionar mejoras en la calidad de vida.

2.1 Alianzas para una fuerza productiva e intercambio de valores

El conflicto social y armado ha afectado el territorio colombiano, en respuesta se han desarrollado procesos organizativos, motivo por el cual Mendoza (2011), lleva a cabo la investigación en Cimitarra, para vislumbrar la importancia de los procesos organizativos campesinos, la cultura y el poder existentes en la zona, teniendo en cuenta las políticas locales y nacionales, concluyendo que se deben formular nuevas acciones sociales organizadas que fortalezcan las actividades cotidianas de los habitantes de dicha zona para proporcionar mejoras en la calidad de vida en el sector rural, en este sentido converge con Rojas (2015), en la medida en que, es importante plantear discursos desde la colectividad, que permitan dar lugar a visiones organizadas, en pro de las comunidades y por supuesto de los territorios en que se ubican.

En este sentido, el desarrollo del concepto de organización social y popular por parte de Rojas (2015), a través de los resultados de investigación realizado en la Mesa Campesina del departamento del Cauca, principalmente las peticiones de las organizaciones que la integran, referente a los derechos territoriales, conocidas como las Zonas de Reserva Campesina (ZRC) y los Territorios Agroalimentarios, además de buscar el reconocimiento del campesinado como sujeto de derechos.

En concordancia, a la necesidad de crear estrategias organizativas, Rocha, E, & Friedman, I. (2012), desarrollan su investigación a partir de un caso en particular, en Nicaragua, allí mediante un organismo de cooperación denominado Action Aid, el cual acompaña organizaciones que aportan de manera significativa a pequeños productores rurales con el objetivo de fortalecer las capacidades productivas, además brinda las herramientas fundamentales para apoyar estrategias de cooperación y comercialización, en aras de garantizar mejoras en la calidad de vida campesina, realiza también un estudio de caso del mercado campesino en Siuna, mediante una sistematización de experiencias en la que se evidencia, la manera en que éste logra potencializar la economía campesina por medio de estrategias en cuanto a la producción y distribución de sus productos, a nivel local mediante la economía solidaria como fuente principal, en la que están presentes productores, y consumidores, quienes fortalecen acciones en el desarrollo de la producción agrícola.

Esto último, cobra importancia en la investigación que realiza Campos (2015), al presentar la relación entre el empoderamiento campesino y la soberanía alimentaria en el territorio colombiano, teniendo en cuenta el lugar que ocupa el campesino en la producción de alimentos, siendo el campesino parte de la población vulnerable, en la que también están las comunidades indígenas y afrodescendientes, de acuerdo con la investigación de Rincón (2015), en la que además expone los mecanismos mediante los cuales buscan mejorar las condiciones de vida frente a la exclusión social y desigualdad, en consecuencia de problemáticas como la concentración de la tierra, y el control socio-territorial que constituyen la base del problema agrario, su conclusión realza la importancia de la organización social y la movilización política como mecanismos de resistencia social.

La asociatividad hace referencia a los diferentes ámbitos en que las personas buscan lograr un objetivo en común, inmersos en procesos de cooperación y organización, para satisfacer necesidades básicas, de ésta manera, Cáceres (2013), analiza el desarrollo que atraviesa las cadenas productivas agrícolas en el municipio de Yopal-Casanare, en cuanto a las formas asociativas entorno a la producción agrícola, mediante tres ámbitos importantes: asociatividad, cadenas productivas y desarrollo local, como características importantes de mecanismos de la economía solidaria, teniendo en cuenta el concepto de “nueva ruralidad”; el autor, enuncia que dichas características, representan las condiciones de la región, dada la inclusión de pequeños productores en el desarrollo rural, teniendo en cuenta la soberanía alimentaria como estrategia de autonomía económica y política. Por otra parte, hace referencia al impacto que genera la actividad petrolera en la dinámica productiva, social, cultural, económica del municipio en el marco de la política nacional y regional fomentando el desarrollo económico hegemónico, pero que, a su vez, trae consecuencias desfavorables para la región.

En el ámbito internacional, Quintero (2006), realiza un estudio de caso en América Latina y el Caribe, y en concordancia con Cáceres (2013), dan a conocer los procesos de asociatividad presentados en diferentes municipios, teniendo en cuenta ámbitos de fortalecimiento, democracia y desarrollo socioeconómico, el cual diversifica y moderniza sus estructuras organizativas. A partir de la estructura socioeconómica, el

estudio muestra los altos niveles de pobreza, desempleo y desigualdad, evidenciando el desequilibrio económico y social, por los que atraviesa dichos países.

Los procesos de asociatividad en Colombia fueron tema de interés para Esquivia (2013), quien realiza un diagnóstico en el municipio de Sincelejo (Sucre) con el objetivo de dar a conocer la importancia del caso concreto del gremio del calzado, analizando las condiciones favorables en los procesos asociativos, evidenciando que la asociatividad en dicho municipio, no cuenta con estrategias de apoyo por parte del Estado, traducidas en políticas públicas que protejan a las pequeñas empresas que surgen en el municipio, dicha problemática conlleva al desarrollo negativo de los procesos de asociatividad porque no estimula la construcción de capital social, por tanto, el autor advierte la importancia de crear redes de apoyo desde las grandes empresas y entidades económicas, sin desconocer, como refiere Mendoza (2011), la importancia de la organización en las comunidades y desde los territorios, haciendo énfasis a la organización social y popular, para lograr desarrollar procesos de asociatividad, mediante la cualificación del talento humano y estrategias innovadoras para dar a conocer los productos

2.2 Las relaciones entre el campesino y el mercado

Con el objetivo de identificar los beneficios de los mercados campesinos a los productores y familias, Africano (2014), analiza la sostenibilidad de éstos, y cómo aportan de manera significativa a la economía campesina, sostenible económicamente, generando así ingresos para las familias. Los resultados variaron en el trabajo de campo, ya que, en algunos es sostenible en términos monetarios, pero en otros, se destaca la producción ecológica, la participación, la resistencia, la cooperación, el fortalecimiento de la economía campesina y movilización social en pro del medio ambiente.

Por su parte Ospina (2015), analiza el proceso de transformación que han tenido los mercados campesinos en Medellín, lo que los convierte en fuente de ingreso, garantizando mejoras en la calidad de vida de los campesinos, en cuanto a la satisfacción de necesidades básicas, salud y vivienda. Este estudio cuantitativo se

desarrolló, a través de, encuestas para recolectar información de las condiciones socioeconómicas de los habitantes de la ciudad, concluye afirmando el cambio en la situación de los partícipes de los mercados campesinos, antes y después de hacer parte de dicha iniciativa y el impacto que ha tenido en la vida personal de cada uno de ellos de manera positiva.

Además, Chaparro (2014), desarrolla este estudio a partir de un proyecto de la Facultad de Agronomía de la Universidad Nacional, llamado “seguridad alimentaria, políticas y nuevos modelos de negocios en pequeños productores y mercados en el contexto de América Latina”, en el contexto de los mercados campesinos, liderado por el Comité de Interlocución Campesina y Comunal (CICC), el Instituto Latinoamericano para una Sociedad y un Derecho Alternativos – ILSA y The Oxford Committee for Famine Relief –OXFAM, en el cual se evidencia que, el proceso de los mercados campesinos, ha tenido efectos positivos tanto en los consumidores como en los productores, ya que, provee de alimentos al territorio por medio de alternativas sostenibles.

Cobra mayor relevancia al influir en la construcción de políticas en las que se tenga en cuenta a los productores. La investigación recolectó información por medio de entrevistas semiestructuradas a familias que pertenecen al proceso de mercados campesinos, en las que se valoró aspectos sociales, ambientales, en torno al ámbito rural, las prácticas agrícolas ecológicas y orgánicas del trabajo familiar, la participación, cooperación en la resistencia y movilización social para el fortalecimiento de la economía campesina.

De acuerdo con Soto (2007), en su investigación, producto de diversos estudios realizados entre la Organización de Naciones Unidas para Alimentación y Banco Interamericano de Desarrollo, evidencia la importancia de crear lineamientos para desarrollar de manera adecuada la agricultura familiar. Tuvo lugar en diferentes países como Chile, Brasil, Colombia, Ecuador, Nicaragua, México, en los cuales, mediante una identificación y caracterización de las diferentes particularidades que presenta la agricultura familiar, da a conocer la diversificación productiva presentada, el reconocimiento de políticas y mecanismos que favorecen la agricultura familiar.

Pereira (2014), se enfoca en analizar aspectos del objetivo del mercado campesino, en relación a la existencia del vínculo entre productor y consumidor, dejando de lado los intermediarios; los beneficios obtenidos por las familias consumidoras al acceder a los productos, y, por último, la inserción a nuevos estilos de vida saludables, garantizados por las prácticas dentro de una agricultura familiar, ésto en relación con lo mencionado por Soto (2017). Por lo anterior, las experiencias obtenidas mediante éstas nuevas iniciativas, los beneficios, retos y logros en el contexto nacional, han permitido una visibilidad de la economía campesina.

Santacoloma (2015), explica, los sistemas de producción campesina en el contexto contemporáneo, tomando como referencia la economía campesina, dando la importancia de los mercados campesinos como redes de abastecimiento de alimentos y cooperación en zonas rurales, construyendo, mercados locales que transforman la calidad de vida de sus productores, además, hace referencia a la presencia de economías que han traído consigo factores económicos, sociales y culturales, contruidos en entornos rurales. Lo anterior se expresa mediante la importancia de la soberanía alimentaria y la calidad de vida en el campo en cuanto a los alimentos y la relación con la naturaleza en cuanto al uso y conservación de sus recursos de manera responsable.

Desde otro punto de vista, Nuñez, I & Díaz, G (2006), desarrolla su investigación en México, afirmando que la mitad de la población rural de éste país, vive en comunidades campesinas y sus prácticas son reconocidas como aisladas y atrasadas ya que no están inmersos en la innovación; sin embargo, el trabajo pretende demostrar a lo largo de su contenido, que dicha afirmación es equivocada ya que el conjunto de conocimientos de los campesinos, sus prácticas y los procesos que desarrollan, trascienden de generación en generación, sin crear cambios significativos.

Parte de otro argumento, el cual niega la posibilidad de asentamiento y conservación de la comunidad y economía campesina, causado por la modernización existente que trae el capitalismo, afirmando la posible desaparición de dichas comunidades ya que no acceden a los modos de producción capitalistas; también enuncia el fracaso de alternativas que pretenden cambiar las formas de producción, a acciones productivas.

Lo anterior se debe al desconocimiento de la importancia de la economía campesina como principal fuente de abastecimiento de los insumos fundamentales de la canasta familiar, que, aunque pueden ser reemplazados, su importancia y calidad prevalece debido a que se generan a través de redes agroecológicas que favorecen la conservación de los recursos naturales. Se debe entender que la producción capitalista y campesina tienen como base fundamental, prácticas totalmente diferentes, como la producción, y distribución, debido a que en el primer caso se realizan estas acciones a gran escala, mientras que, en el caso de la unidad campesina, se hace uso adecuado de los recursos naturales y trabajo colectivo en la mayoría de casos familiar.

El principal concepto del artículo (Pineda, H. Narváez, Y. & Buitrago, I. 2016) es el “campesinado” entendido como un grupo social diferenciado pero diverso, que tiene como eje central la familia o un sentido comunitario, combinado con las labores que dependen del aprovechamiento tradicional de la tierra y el territorio rural para el sustento. En esta definición se circunscribe a pequeños agricultores, ganaderos a pequeña escala, guardianes de semillas, pescadores artesanales, pequeños mineros tradicionales, pastores, artesanos rurales, cazadores por supervivencia, recolectores, trabajadores agrarios, personas que derivan su sustento de la agricultura familiar a pequeña escala, colonos tenedores de pequeñas extensiones de tierra, y otros individuos con actividades e identidades similares.

2.3 Prácticas sociales en la vida rural

La agricultura familiar a pequeña escala, ha dado paso a nuevas formas de producción sostenible, conocida como agroecología, acogidas por los campesinos por el vínculo que poseen con la tierra y búsqueda de disminuir el impacto ambiental, ocasionado por el desarrollo de la civilización industrial.

Guasca y Anolaima - Cundinamarca son centro de la investigación de Ramírez (2014), en donde se tiene en cuenta la importancia de las fincas agroecológicas existentes en dichos municipios, en cuanto a las motivaciones que se tienen a la hora de cultivar de manera saludable y sin generar daños al medio ambiente, como lo es por medio de la agroecología, la cual hace parte del diario vivir de los propietarios de

dichas fincas. Además, da cuenta de los inicios de los agricultores, los logros obtenidos y dificultades en el proceso de aprendizaje, teniendo en cuenta apreciaciones económicas, sociales y ambientales. Es posible apreciar que ambas fincas buscan el objetivo de vislumbrar su trabajo, haciendo de éste un aprendizaje individual y colectivo, incentivando a los demás habitantes del municipio a reconocer dicho trabajo y fomentar la agroecología en sus terrenos. En las conclusiones, se enfatiza en la necesidad de crear políticas públicas que vayan de la mano con el apoyo financiero a campesinos y agricultores de los municipios.

A su vez, Sevilla-Guzmán., & Soler, (2009), evidencia mediante un recorrido histórico el desarrollo que ha tenido el agro hasta el punto de dar a conocer la agroecología como una nueva iniciativa, enunciando las diversas formas de desarrollo rural, ligadas al pensamiento social agrario, las cuales, traen consigo propuestas de modernización e industrialización, pero que, a su vez, dejan de lado la importancia del campesino como fuente trascendental para la producción del agro. Concluye que, la implementación del desarrollo agroecológico, es una alternativa sustentable de acuerdo a las propuestas convencionales que presenta, ya que, reconoce y dignifica los conocimientos, relaciones sociales y racionalidades características del campesinado, creando estrategias para disminuir la crisis a la que se ve enfrentado el agro y realizar procesos de recampesinización.

Ploeg, J. (2012), hace referencia a los retos a los que se ve enfrentado el campesino, teniendo en cuenta la crisis rural actual y enuncia la importancia de la implementación de la agroecología como un proceso que surge para responder a las necesidades contemporáneas como el uso desmedido de los recursos naturales. Se expone que las prácticas agroecológicas necesitan de un “portador social” como lo enuncia el autor, que desarrolle y utilice dicha iniciativa como un movimiento transformador del agro, enuncia que el campesino es quien debe apropiarse de dicho movimiento para ser portador de conocimientos que logren reconocerlo como sujeto social y activo, dispuesto a cambiar sus formas de producción, para así evitar su desaparición, como se ha venido presentando a lo largo de la historia.

Ordoñez, F. (2011), por su parte realiza un análisis de la producción orgánica en tres fincas de los municipios de Tuta, Paipa y Motavita en los que se evidencia el proceso de producción orgánica y las implicaciones que esta tiene en cuanto a los costos de producción, enuncia además la importancia del sistema agroalimentario como base fundamental de una alimentación adecuada, la cual contribuye a procesos de reconocimiento de los saberes campesinos como agentes de cambio y transformación en relación a la defensa de la vida, el texto además, denota la importancia de la implementación de la producción orgánica o agroecología, ya que de ésta manera, hay un impacto de manera positiva e importante en ámbitos productivos, sociales y ambientales, debido a la reducción de costos de producción y mano de obra.

Desde otro punto de vista, Gómez (2006), señala que, las comunidades campesinas e indígenas de México producen la mitad del cereal de la producción de ese país, de ahí que esta investigación se preocupa por incorporar las prácticas agrícolas tradicionales de los campesinos e indígenas a los saberes de las instituciones de enseñanza con el objeto de satisfacer las necesidades sociales y ecológicas, para lo cual el eje central son los saberes, frente a esto se llevó a cabo una sistematización e interpretación de los saberes tradicionales, para encontrar las similitudes con los conocimientos de los modelos educativos, para luego incluirlos en los espacios académicos.

Corrales (2002), realiza una búsqueda de propuestas que están destinadas a la conservación ambiental, ya que, se implementan políticas impulsadas para el agro, pero no tienen en cuenta los impactos naturales que generan; además no se tiene un reconocimiento de la importancia de los sistemas de producción de indígenas, campesinos y comunidades afrodescendientes. Por lo anterior nace la iniciativa de sistematizar y caracterizar, las diferentes experiencias encaminados hacia la sostenibilidad, a través de metodologías de investigación y participación de productores, entendiendo sus prácticas en los sistemas de producción. De ésta manera, el documento analizó un grupo de iniciativas sostenibles en el ámbito de la producción agropecuaria campesina desarrolladas en Colombia; se realizó una caracterización de las experiencias que tienen resultados trascendentales en relación con las prácticas y fundamentos de sostenibilidad.

Desde otro ángulo, Martínez, (2014) desarrolla en ésta investigación las principales razones y motivaciones de los agricultores ecológicos para optar y mantenerse trabajando con la agricultura ecológica, como parte de un trabajo más amplio sobre relaciones, biodiversidad, cultura y variabilidad del grupo de Estudios Ambientales Agrarios, del Instituto de Estudios Ambientales (IDEA) de la Universidad Nacional de Colombia. La agroecología no es un método de cultivo ni es un tipo de agricultura. León, (2014), la define como: una ciencia que no busca centrar su atención en algún componente particular del agroecosistema, sino que estudia las interacciones de sus componentes y la dinámica compleja de los procesos ecológicos y sociales. En los últimos años se ha convertido en un campo de investigación muy relevante en el área de la agricultura y de las ciencias ambientales en general.

En éste sentido los agricultores ecológicos desde su concepción aportan realidades y pruebas de que sí hay cambios y posibilidades para afrontar los difíciles momentos que afronta la agricultura en general. En una finca ecológica el agricultor aborda la realidad desde una perspectiva ambiental compleja: él atiende elementos fundamentales como el cultivo, la finca, el mercado, el clima, sus vecinos, la comunidad y le da solución a cada aspecto de la mejor manera posible.

Peterson, P. (2009), se plantea el siguiente cuestionamiento: ¿Cómo alimentar a una población mundial creciente? dado el aumento de la urbanización, y el acelerado consumo que afecta el equilibrio de la naturaleza, convirtiéndose en una crisis global, en donde se presentan, problemáticas como la pobreza, el desempleo, y consumo de combustibles fósiles para garantizar la productividad y el importante rol de la agricultura y los obstáculos a los que se enfrenta en el caso de Río de Janeiro.

Es importante tener en cuenta que cada una de las investigaciones abordadas con anterioridad, convergen en cuanto a las nuevas estrategias que han venido surgiendo, tales como la organización social y popular, la asociatividad, los mercados campesinos y nuevas estrategias de producción como lo es la agroecología, en donde existen mecanismos de resistencia en los territorios, por medio de procesos de cooperación, mecanismos de economía solidaria, dando respuesta a objetivos en común, así, la

agricultura familiar, estrategias de sostenibilidad, recobran importancia respondiendo a necesidades actuales.

3. Planteamiento del problema

3.1 Planteamiento del problema de investigación

En el marco de la globalización y la economía neoliberal, el mercado ha cambiado sus mecanismos de funcionamiento durante el último decenio, en cuanto a la apertura de los mercados. Colombia es un país principalmente agropecuario, y posee problemáticas que afectan el campesinado, tales como la concentración de la tierra, la pobreza multidimensional que, de acuerdo con el censo agropecuario de 2014, se encuentra en un 44,7%, duplicando el número con respecto al porcentaje nacional 21,9%, como producto de la carente presencia del Estado en procesos de propiedad de tierras y la producción de cultivos tradicionales que no poseen la capacidad de competir en los mercados externos, de tal manera que la comercialización resulta “injusta” entre quien produce y quien consume, perjudicando la economía campesina (Wahren, 2012).

Los intereses de la economía dominante, vienen afectando de manera significativa el medio ambiente, ya que responde a un sistema productivista, sin límites de consumo, de ahí que, enfoques alternativos al sistema hegemónico buscan fortalecer la acción organizativa para implementar prácticas, donde los actores principales sean las comunidades, aportando sus saberes, y alternativas innovadoras, mediante la cohesión social, en aras de responder a un consumo responsable en beneficio del entorno natural.

De acuerdo a lo anterior, el Buen Vivir como alternativa, surge según, Houtart (2014), como una connotación social mediante la cual es posible redescubrir los territorios por medio de propuestas que comparten elementos en torno al bienestar de quienes las componen, disolviendo todas aquellas lógicas de globalización y posturas dualistas, mediante las cuales, la naturaleza en conjunto ha perdido su significado por la idea actual de modernidad.

Por otra parte, Restrepo (2001), en convergencia con Houtart (2014), hace referencia a la participación, en éste caso ciudadana como las posibilidades que presenta cada ciudadano, comunidad o grupos sociales, para aportar y transformar las prácticas políticas, económicas, sociales y administrativas dentro de un “sistema clientelista” que domina la sociedad desde diversos ámbitos, tales como las decisiones, presupuestos, planeación, entre otros.

Junto a ello, la participación de los individuos, se presenta de manera colectiva, con la finalidad de garantizar un bienestar comunitario y de participación, a partir de Muñoz (1998), se entiende ésta como los deberes que debe tener el individuo dentro de una determinada comunidad, partiendo de ámbitos sociales, económicos, productivos, etc, teniendo en cuenta la inversión social y factores de promoción, en busca del bienestar en común y satisfacción de las necesidades humanas.

Enuncia además que, es posible una participación social eficiente por medio de principios, como incentivos a la capacidad propositiva sin perder la autonomía y publicidad de todos los actos del gobierno, con ello llegar a un fortalecimiento de la construcción de actores sociales y estructuras participativas como la creación de redes socio-comunitarias, definiendo las principales variables para la construcción de experiencias y capacidades, que garanticen el buen funcionamiento del orden social.

Por consiguiente, en aras de la participación de las comunidades rurales y el fortalecimiento de sus conocimientos, de acuerdo a los modos de producción y prácticas socio-económicas, surge el mercado campesino, en un primer momento en la ciudad de Bogotá, en el año 2004, como una iniciativa económica, a raíz del paro agrario del mismo año, debido a la falta de reconocimiento de las prácticas campesinas, en cuanto a la importancia que han tenido a lo largo del tiempo dentro del desarrollo económico y social, en consecuencia, realizaron un plantón el 4 de noviembre en la ciudad, en la Plaza de Bolívar, de manera pacífica, ésta consistió en ofertar sus insumos, demostrando la importancia de la economía campesina.

Dicha iniciativa derivada de la propuesta de organizaciones campesinas, para eliminar los intermediarios en la distribución para así, fortalecer el desarrollo local, entendido desde la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2005),

como la transformación de sistemas productivos locales, por medio del desarrollo endógeno, es decir, mediante la búsqueda del fortalecimiento de la sociedad y su economía desde el interior, mejorando la calidad de vida de la población, a través de ámbitos de innovación.

En consecuencia del acontecimiento en Bogotá, se empezaron a desarrollar prácticas económicas como la producción y distribución de insumos, que permitieron visibilizar a los campesinos en Bogotá y en diferentes provincias de Cundinamarca. El proceso de consolidación de los mercados campesinos no se refleja sino hasta el año 2006, a través del Decreto Distrital 315 de 2006, mediante el cual se presenta el Plan Maestro de Abastecimiento Alimentario y Nutricional en la ciudad de Bogotá, el cual, brindaba apoyo económico para que los pequeños productores se trasladarán desde sus municipios de origen con el objeto de dar a conocer sus productos, además de generar alianzas para el apoyo al proceso de producción.

En el desarrollo efectivo de la iniciativa productiva emergen aspectos como la producción y distribución en el mercado campesino, y el cooperativismo como una de las características principales, el cual es posible definirlo según William Thompson como una alternativa al capitalismo, con el objetivo de obtener logros económicos y sociales por medio de la participación y atribución de los individuos que componen la estructura de organización, además de las estrategias que se implementan en la esfera normativa y económica, sin embargo, se desconocen los niveles en las relaciones sociales existentes, es decir, los tipos de interacción presentes para la comprensión como realidad social, si bien, existen expectativas frente a la toma de decisiones en el accionar y las herramientas de construcción del mercado campesino desde las esferas económicas, se desconocen los niveles de cohesión social y asociatividad, en aras de construir un marco de valores e intereses en común y motivaciones para la división y el desempeño de un rol.

En el municipio de Guasca se consolidaron los mercados en el año 2008, por ello la temporalidad tenida en cuenta en el presente trabajo de investigación, dicha iniciativa, a partir de la concepción de fortalecer la pequeña agricultura familiar, dando paso a la comercialización de productos de procedencia orgánica o agroecológica, tenidas en

cuenta en los modos de producción, en dicha iniciativa productiva, están vinculados alrededor de 24 personas que habitan en el territorio rural del municipio de Guasca, quienes han adaptado nuevas alternativas de vida, producción y cultivos, que giran en torno al cuidado y conservación de los recursos naturales, de la mano con acciones sociales y económicas entorno al Buen Vivir, dicho municipio ubicado a 58 km de la ciudad de Bogotá, a partir de los datos que nos brinda TerriData¹, la población es de 15,478 habitantes y la densidad poblacional se encuentra en los 44,73 hab /Km², de los cuales el 51.1% son hombres y el 48.9% son mujeres. Guasca es un municipio que se caracteriza principalmente por ser rural, entre sus principales cultivos se encuentran productos como tubérculos, frutales y hortalizas, en razón al clima frío y páramo que presenta el territorio.

Teniendo en cuenta la falta de reconocimiento del proceso de trabajo comunitario existente que se realiza a partir de la economía campesina, liderado por los campesinos del municipio, donde surgen procesos de cohesión social y popular, fortaleciendo lazos de solidaridad, dinámicas sociales y relaciones humanas, las cuales son de vital importancia para el desarrollo de iniciativas colectivas, en condiciones de organización, que dan nuevas perspectivas de desarrollo para los territorios.

Retomando la perspectiva de la organización social y popular desde la sociología de las organizaciones, la cual es percibida de acuerdo a los procesos sociales que tiene lugar dentro de un grupo, con la finalidad de alcanzar diversos logros y/o metas, a partir de un cúmulo de relaciones colectivas organizadas, como lo menciona Perrow (1970), la distribución de tareas y el trabajo en equipo son de gran importancia en los procesos organizativos, junto con ello, la cohesión social, que da lugar a vínculos sociales identitarios en las organizaciones, focalizando ámbitos estructurales y de identidad.

¹ TerriData es el repositorio, buscador y herramienta de visualización de datos a nivel municipal, departamental y regional del país. El objetivo de este instrumento es contar con indicadores estandarizados y comparables que den cuenta de los resultados en diversas dimensiones socioeconómicas de todas las ET del país.

Es así como las formas organizativas se entienden como la caracterización de la comunicación y los diversos niveles de interrelación existentes, en torno a una identidad en común, procesos de autogestión, de ésta manera se realiza un acercamiento sobre las interacciones de quienes componen el mercado campesino del municipio de Guasca, para responder a interrogantes como los vínculos que se manifiestan, el objetivo y características en común, que permiten la sostenibilidad y fortalecimiento de la iniciativa productiva, en contrariedad con la falta de presencia estatal en el sector rural, debido al desinterés, falta de reconocimiento y fortalecimiento de los modelos asociativos y conocimientos tradicionales, propios de la vida rural.

Desde la sociología las prácticas organizacionales, pueden contribuir al fortalecimiento del mercado campesino, en cuanto a la documentación que evidencia los factores de cohesión social, participación, asociatividad, características y estrategias, que les ha permitido mantener el mercado campesino a lo largo del tiempo, además del aporte que la iniciativa genera en el territorio guasqueño, en cuanto a la identificación y aprovechamiento de los recursos endógenos que presenta el municipio y junto a ello, el reconocimiento que ha generado, de acuerdo a los modos de producción responsable y saludable, que van de la mano con el medio ambiente, por medio de saberes y posturas que garantizan a los habitantes del municipio, turistas y demás individuos que se acercan al mercado campesino para obtener los productos que allí se ofertan.

Asimismo, puede generar inclusión social y participación de la comunidad para aumentar el desarrollo de un territorio, mejorando la calidad de vida de la población y resignificando su valor en cuanto a conocimientos y técnicas de participación, lo anterior a partir de un proceso endógeno que surge desde la misma colectividad. Aunado a ello y teniendo en cuenta el postulado del desarrollo local como una estrategia de participación, y fortalecimiento del territorio, la iniciativa del mercado campesino, tiende a favorecer el incremento económico a través de estrategias como la asociatividad, en la cual los individuos buscan estar inmersos en procesos de cooperación con la finalidad de lograr un objetivo en común, por medio de estrategias colectivas y voluntarias, y así aprovechar las fortalezas de los integrantes del mercado

campesino, por medio de acciones conjuntas y alianzas, las cuales permiten interactuar en el mercado, proporcionando mejores oportunidades de crecimiento colectivo.

Sin embargo, los ámbitos organizacionales y sociales, no son tenidos en cuenta en la esfera académica, debido a que, en la mayoría de los casos, se aborda desde una lógica economicista, por consiguiente el presente trabajo plantea discusiones sobre la organización social y popular, la cohesión social, economía campesina, y prácticas sociales, encaminadas hacia el buen vivir, además del fortalecimiento que han mantenido en la iniciativa, con el propósito de obtener un bien común para los campesinos y por supuesto para el municipio de Guasca si de desarrollo local se trata, y así, de esta manera se da respuesta a las problemáticas, características y cualidades de propuestas productivas, como el mercado campesino de dicho municipio, partiendo de ámbitos identitarios de organización y cohesión social.

3.2 Justificación

El interés en el municipio y la temporalidad enunciada, surge debido a un proceso de trabajo comunitario, constituido a partir del año 2008, liderado por los campesinos del municipio y otras personas vinculadas a dicha iniciativa, definidas como neo campesinos², quienes son producto de la migración de la ciudad al campo, en búsqueda de una vida alternativa, reafirmando la importancia de la actividad campesina, la cohesión social y la diversidad de prácticas socioeconómicas que allí se establecen, a través del cultivo para su familia y la comunidad, además dicha iniciativa logra potencializar de manera económica la población que hace parte de ésta organización y logra crear lazos de asociatividad y cohesión social, produciendo insumos que traen grandes beneficios y ventajas en la comunidad guasqueña y las relaciones sociales que tienen lugar para mantener el fortalecimiento y buenas prácticas y por supuesto, beneficia también a turistas, quienes se ven atraídos por la diversidad de productos, tales como: verduras, frutas, artículos procesados mediante la apicultura como miel y polen, las cuales poseen características orgánicas, entendidas como las prácticas naturales saludables, evitando el uso de químicos, fertilizantes y pesticidas que

² Concepto que hace alusión al retorno que se realiza al ámbito rural, adaptando nuevos modos de vida y un equilibrio con el medio ambiente. (Nates-Cruz y Raymond, 2007).

agreden el medio ambiente, con ello el territorio guasqueño logra obtener un reconocimiento y por supuesto un aumento en el desarrollo local.

De igual importancia y debido a la falta de aportes académicos y archivos que documenten fenómenos como la organización social y popular en el ámbito rural, específicamente en los mercados campesinos, fue relevante plantear, interrogantes entorno a la construcción de la conciencia colectiva, tomando como eje central el valor cultural y social de los campesinos como productores de alimentos de origen agroecológico, además, indagar en cuanto al entramado de relaciones y prácticas sociales que dan paso a la consolidación del mercado campesino, con el objetivo de lograr una meta en común, junto con ello cohesión social entre quienes hacen parte de la iniciativa, de cara al Buen Vivir, siguiendo ámbitos particulares de participación y acción colectiva de acuerdo a los logros propuestos que se tejen entre sí para dar lugar a la iniciativa.

3.3 Pregunta de investigación

¿Cómo se configura la organización social y popular en el mercado campesino Guasca-Cundinamarca en el periodo de 2008-2018?

3.4 Objetivo general

-Analizar la configuración de la organización social y popular en el mercado campesino Guasca-Cundinamarca en el periodo de 2008-2018

3.5 Objetivos específicos

-Identificar las características organizacionales entorno a los valores, cohesión social y modos de producción del mercado campesino de Guasca-Cundinamarca en el periodo de 2008-2018.

-Describir las prácticas sociales en la organización popular de los miembros del mercado campesino de Guasca-Cundinamarca en el periodo de 2008-2018.

-Resaltar el rol del mercado campesino en el municipio de Guasca-Cundinamarca en el periodo de 2008-2018.

4. Marco teórico- conceptual

Para comprender los conceptos que se desarrollan a continuación teniendo en cuenta una jerarquización y complementariedad, de acuerdo a los mercados campesinos y las características particulares que presentan, es necesario hacer alusión a Durkheim (1895), de acuerdo a su concepto de hecho social, entendido como aquel que tiene una existencia propia, sin importar las manifestaciones individuales que lo integren, es decir, el hecho social posee una generalización dentro de determinado grupo social, pese a las alteraciones que puedan darse en su aplicación por los particulares. También puede definirse como las características en común o comportamientos propios de un grupo social, en el que los individuos tienen un objetivo en común e interactúan entre sí.

Los hechos sociales se constituyen mediante la clasificación y diferenciación de los individuos o sociedades, el autor hace énfasis en la morfología social, entendida como un objeto que usa la sociología para clasificar los tipos sociales, construyendo así sociedades compuestas por unas más simples, describiendo sociedad simple, como aquella que no está conformada por otras (hordas) y a su vez define el clan como un conjunto de hordas donde hacen parte varias sociedades. Constituyendo de esta manera, la explicación de los hechos sociales desde las causas que determinan la sociedad.

Según Durkheim (1895), el hecho social, es definido como la manera en que el individuo actúa de acuerdo a la conducta que orienta, para así, interiorizar procesos de socialización en determinado grupo social, de ésta manera, los hechos sociales se diferencian de acuerdo a las predisposiciones que genera. En primer lugar, pueden ser de carácter colectivo, de acuerdo a la incidencia en determinado grupo, coercitivos, en la medida en que se desarrollan de acuerdo al accionar individual, y finalmente,

exteriores, los cuales son impuestos por costumbre o repetición. De ésta manera, el término recobra sentido teniendo en cuenta que, el mercado campesino está orientado por conductas de los individuos que lo conforman, teniendo como objetivo una finalidad colectiva, de acuerdo a las necesidades y satisfacción de las mismas en el ámbito socioeconómico.

De ésta manera, la economía social y solidaria parte de principios de desarrollo, mediante los cuales se tienen en cuenta conductas y ámbitos de estructura y organización, partiendo de la sostenibilidad, autogestión y cooperación, como racional productiva, esto en contrariedad con el sistema capitalista, el cual no responde a lógicas de solidaridad ni tiene en cuenta una autonomía de gestión.

De acuerdo con lo anterior, Coraggio (2011), se refiere a la economía social y solidaria como una construcción colectiva de cara al buen vivir, otorgando una relación recíproca entre el trabajo y el capital, por otra parte hace énfasis en la importancia de tomar la economía desde un ámbito social, de acuerdo a los debates que existen en la actualidad, de cara a la época neoliberal a la que se enfrenta la sociedad, donde la resignificación de esferas sociales retoma importancia, si de equidad social se habla.

Según Coraggio (2011), existe un estado de constante violación a los derechos económicos, sociales, culturales y ambientales, de acuerdo a ello, es necesaria la implementación del Buen Vivir como un paradigma alternativo a las lógicas capitalistas y de consumo, las cuales van en contraposición al bien común como estrategia de solidaridad y desarrollo de los esquemas populares, esto en busca de una construcción de sociedad que se desarrolle a partir de la convivencia entre el ser humano, su entorno y la diversidad.

Por otra parte, Coraggio (2011), plantea la economía social desde una visión colectiva, en la cual es posible producir sociedad y no solo tener utilidades económicas, ni acciones orientadas por las ganancias y acumulación de capital, sin embargo debe competir con la economía capitalista y todo lo que esto trae consigo, pero, sin caer en la objetivación del capitalismo, y su satisfacción subordinada de satisfacción de necesidades, afirma que en el momento en que se plantea una construcción acertada de un sistema orgánico de economía social y solidaria, es posible

hacer alusión a la sostenibilidad como forma no capitalista de producción, superando el neoliberalismo.

Coraggio a su vez, menciona la importancia de implementar estas iniciativas de economía social y solidaria, en ámbitos de desarrollo económico, sociopolítico y cultural, desde lo local y regional, lo que permite facilitar la construcción de una subjetividad colectiva y encuentro con el conocimiento y la ecología de saberes, que de acuerdo con Santos (2010), se entiende como la diversidad de saberes y conocimientos epistemológicos, más allá del ámbito académico, reconociendo el sinnúmero de perspectivas, sociedades, vida y espíritu, los cuales aún resisten a pesar de la inmersión del capitalismo y su afán por tener el poder central y un conocimiento individual. Además, Boaventura de Sousa Santos, también enuncia la importancia de la ecología de saberes, en la medida en que en esta debe haber una reciprocidad como lo menciona Quijano (2000), entre el conocimiento científico y no científico, expandiendo el rango de intersubjetividad, es decir, permitiendo una sincronía de reciprocidad con el otro y los conocimientos que aporta, de esta manera, es importante darle valor a las experiencias subalternas de resistencia, resignificando los saberes y valores tradicionales.

De acuerdo con Quijano (2000), plantea que, la reciprocidad como acción, se entiende como un intercambio de trabajo y fuerza de trabajo, sin intermediaciones del capital, además, hace énfasis en la necesidad de que los trabajadores se redescubran, teniendo en cuenta los amplios márgenes de exclusión, las cuales se presentan por las tendencias del capitalismo, por lo cual es importante, al igual que lo menciona Coraggio, buscar alternativas que vayan en contraposición al capitalismo, creando redes y prácticas sociales que permitan tener un control de los recursos e insumos que producen, de esta manera es posible observar un cambio en las instancias sociales y es posible hacerle frente al capitalismo, por otra parte, entrando en convergencia con Coraggio, afirma, que es relevante la construcción de un orden social alternativo, planteado desde la comunidad como principal estructura colectiva, donde exista autonomía en cuanto a la toma de decisiones; de esta manera, la reciprocidad como lazo social, es vista como el eje transversal o principal característica de análisis para

transformar las experiencias sociales y populares, basadas en la colectividad y sus vínculos representativos.

La economía social (Coraggio, 2011) debería estar ligada al desarrollo económico, sociopolítico y cultural, desde la institucionalidad se han dado los primeros pasos a partir de 1995 con el Congreso de Manchester, ya que allí, la Alianza Cooperativa Internacional reconoce valores como “la autorresponsabilidad, igualdad, equidad, democracia, autoayuda y solidaridad” como parte fundamental de la economía social, en la búsqueda del bienestar, tanto en el desarrollo local como del territorio, aunque en el sistema capitalista, no se le ha dado cabida a la economía social como modelo alternativo y eficiente, cuestionando el mercado hegemónico (Urra, 2010).

4.1 Estrategias subalternas

Una clave para la comprensión de la organización que surge desde abajo es la economía popular, en consecuencia del sistema económico neoliberal, resultado de la exclusión y la pobreza, esta última se combate con el objeto de expandir el mercado, desde la perspectiva de los países globalizados (Houtart, 2015); la estrategia de la economía popular es inicialmente considerada como un sector informal al que también se adhiere el campesino, por lo tanto, dado el carácter de los individuos que la componen la economía popular tiene por objeto el desarrollo de las capacidades colectivas con el fin de implementar acciones y estrategias alternativas para detener dicha exclusión.

A partir de los años 80, ha existido un interés desde la economía, antropología y sociología con el ánimo de investigar, y crear políticas públicas para hacerle frente al desempleo y pobreza, consolidando a través de los años una propuesta que representa una resistencia político-económica al sistema neoliberal.

La economía popular, transversalmente se ha ligado a diferentes denominaciones como: “sector informal, sector no-moderno o no-empresarial, economía de subsistencia, economía popular, pequeña producción, economías alternativas, economía social, cooperativas, tercer sector, socio-economía de la solidaridad, asociativismo, autogestión, comercio justo, y sector solidario”. En relación con lo

anterior, Tiriba (2001), cuestiona el modelo acumulativo material de la globalización, sobreponiendo “la economía popular” como una semilla para una nueva cultura de trabajo, en concordancia Coraggio (1995), expone los obstáculos de las organizaciones para implementar estrategias para el desarrollo del proyecto en común dada la existencia fragmentada y disipada de las organizaciones.

En este sentido, se suman dos autores más a la construcción de la concepción de la economía popular como alternativa para hacerle frente al capitalismo como sistema hegemónico. Por un lado, Lisboa (1998) con la idea de desmitificar el Estado como ente planificador y capaz de modificar la realidad social de forma positiva, para motivar y empoderar a quienes son excluidos del sistema hegemónico, para construir una dimensión económica propia, acorde a la satisfacción de sus necesidades, conformado por configuraciones colectivas de “producción material de su vida”.

En esta misma línea Núñez (1995), argumenta que la economía popular no sólo está en posición defensiva, sino también en posición de avanzada frente a el sistema hegemónico, con lo cual se obtienen nuevos caminos de formas de producción, de ésta manera, la asociatividad es fundamental para que los individuos que componen el esquema popular, consoliden un modelo de mercado que tenga como objetivo principal hacerle frente al sistema capitalista actual.

Quienes hacen parte de la economía popular están constituidas por redes familiares, y vecinales con un sentido colectivo, que conlleva a la organización para promover el desarrollo, del mismo modo, las actividades y formas de organización que usualmente son vistas como parte del “sector popular”, se configuran en torno al uso eficiente de los recursos disponibles para la satisfacción de necesidades de los miembros que la conforman, por medio de procesos autónomos, que generan una intervención socioeconómica.

De ahí que, desde la comprensión de la economía popular surgen particularidades de los individuos que la componen, uno de ellas, se desarrolla en la vida rural, que tiene por objeto el bienestar del núcleo familiar haciendo uso de la fuerza trabajo de sus integrantes.

4.2 La alternativa de vida en el entorno rural

La economía desde sus diferentes perspectivas, como la economía social y solidaria y la economía popular, estudia cómo la sociedad da uso a los recursos disponibles en su entorno con el objeto de satisfacer sus necesidades, y comportamientos en un determinado grupo social, además como se enuncia desde postulados de Durkheim, en donde las representaciones colectivas deben estar asociadas para obtener los objetivos esperados. En concordancia, Max Neef expone las necesidades humanas en dos tipos, axiológico y asistencial, aclarando que son diferentes entre individuos, sociedades, culturas y comunidades, en consecuencia, para Neef la economía es una característica que refleja considerablemente la cultura de un pueblo (Chaparro, 2014).

A partir de las alternativas que propone la economía popular en cuanto al desarrollo de la vida rural y la apropiación del territorio como principal generador de sus insumos, la economía campesina, fundamentada en el trabajo familiar con relación directa con la tierra, en busca de satisfacer sus necesidades del grupo familiar para su reproducción. Sin embargo, en Colombia, se han enfrentado a adversidades como la pobreza y la miseria rural resultado de la política neoliberal. (Corrales & Forero, 2012).

Teniendo en cuenta lo anterior, Soto (2007), en relación con Quijano (2000), convergen en cuanto al intercambio entre el trabajo y la fuerza de trabajo, y da a conocer la relevancia de crear lineamientos para desarrollar de manera adecuada la agricultura familiar campesina, a partir de etapas y componentes, en los cuales pueda lograrse una identificación, caracterización de las diferentes particularidades en las que se presenta la agricultura familiar, dando a conocer la diversificación productiva presentada, el reconocimiento de políticas y mecanismos que favorecen la agricultura familiar.

De acuerdo a lo anterior, Chayanov (1974) y Coraggio (2011), coinciden en que, se deben buscar nuevas alternativas, en busca de configuraciones y reconocimiento del campesinado que vayan en contraposición con el sistema capitalista, de ésta manera, Chayanov (1974), enuncia la importancia de la economía campesina, en cuanto al uso adecuado de la agricultura familiar y sus características, creando un antagonismo al sistema capitalista, ya que no responde a su lógica de consumo y aumento desmedido de capital, dejando de lado otros factores como identitarios, sociales, y culturales de igual importancia, de ésta manera, conlleva a un deterioro del campesinado, ya que, éste se configura a partir de lógicas heterogéneas de unidad familiar.

Éstos, convergen en la importancia de la economía campesina y los aportes que ésta realiza a la unidad familiar con la finalidad de satisfacer las necesidades que cada individuo o grupo social presenta, de ésta manera, los aportes de dicha economía son trascendentales para el desarrollo del campesinado, teniendo en cuenta la pérdida de valor que sus prácticas tienen en la actualidad, de acuerdo a las nuevas prácticas económicas inmersas en la cotidianidad, que dejan de lado sus conocimientos y configuración de sus saberes, así como la diversificación productiva, la reconfiguración y resignificación que trae consigo la economía campesina.

4.3 Conceptos para el desarrollo de una sociedad colectiva

Durkheim plantea en cuestiones de la división del trabajo social, que en la medida en que los individuos, menor acceso tengan a ésta herramienta, mayor será su participación en grupos sociales, a través de la solidaridad mecánica, además enuncia que, a partir de la modernización y la inclusión de nuevas formas económicas, los vínculos sociales tienden a fragmentarse, dejando de lado la solidaridad social, trascendental para la configuración y desarrollo de la sociedad.

Por esta razón, y teniendo en cuenta los espacios de interacción y socialización que surgen como nuevas alternativas al desarrollo, y el óptimo funcionamiento de las mismas, garantizando que los grupos sociales puedan satisfacer sus necesidades, de acuerdo a los comportamientos colectivos que comparten, de cara al sistema económico actual, y como lo enuncia Coraggio y Quijano, partiendo de la reciprocidad

con el otro y los conocimientos que aporta, para la configuración de nuevos campos sociales.

Es posible hacer mención a la organización, según, Krieger (2001), como las actividades realizadas en un grupo social para procurar el logro de un objetivo en común, a través, de una estructura de roles, de funciones y una división del trabajo, o como lo enuncia Daft y Steers (1992), quienes hacen alusión a que, la organización es considerada como una entidad social orientada al logro de metas, que tienen un sistema de actividad estructurado y un límite o una frontera identificable.

Los marcos organizacionales y la estructura de roles se enfocan hacia la construcción de identidad y el objetivo de lograr metas en común, esto es posible enmarcarlo dentro de la sociología de las organizaciones, la cual surge en un principio como sociología de la industria resaltando que el surgimiento de las organizaciones se acrecienta en los primeros años del siglo XIX, afectando la esfera política, y económica moldeando la vida de quienes la integran mediante dos formas, bien sea *satélites* con un objetivo meramente económico, o *sucursales* refiriéndose a organizaciones no económicas con interés en el ámbito social, comunal, político y cultural.

Por esta razón, la afirmación que, los mercados campesinos surgen como una iniciativa económica, desconoce ámbitos sociales y populares, como la comunicación y las características que los mantenían unidos, entorno a una identidad, luego con la necesidad de explicar por qué las organizaciones (la familia, la iglesia) estaban absorbiendo a la sociedad, a través de los procesos que alcanzan estas organizaciones.

Para Perrow sociólogo estadounidense la cabeza visible es la burocratización, ya que domina las diferentes esferas, haciendo alusión a que es imprescindible un protocolo para el desarrollo de cualquier organización, y que se equivocan si el objetivo es el éxito individual en el sentido de acumulación en un ambiente inestable, o por el contrario el bienestar de la autonomía individual con un espíritu de democratización para superar el entorno de incertidumbre, más bien el interés de las organizaciones debería enfocarse en “disminuir el impacto de influencias externas sobre sus participantes organizacionales”,(Perrow, 1970).

Para llegar a esta afirmación, Perrow tomó como referente a Durkheim, quien se preocupaba por las consecuencias de la división del trabajo, ya que estas determinan el tipo de solidaridad de una sociedad, evidenciada en el sistema jurídico de la misma, por un lado, la solidaridad mecánica propia de las sociedades antiguas, y la solidaridad orgánica expresada en las sociedades modernas, al predominar la diferencias exigiendo una mayor “interdependencia social”.

Perrow (1970), hace igualmente mención a la organización y la importancia que establece de acuerdo a las metas que se deben tener en cuenta a la hora de plantear objetivos globales, por otra parte, menciona fases mediante las cuales las organizaciones surgen, entre ellas, la jerarquía, la especialización de tareas y el trabajo en grupo, dichas fases de vital importancia para generar una sociedad organizada en aras de garantizar supervivencia y el control de capacidades de liderazgo, todo por medio de relaciones humanas, prácticas sociales y por supuesto cohesión social, asimismo, enuncia, como la institucionalidad tiene una influencia significativa en la sociedad, por ello la organización debe centrarse en las subculturas, las funciones latentes de las misma y aspectos no planificados.

Es así como, retomando a Durkheim con su concepto principal de hecho social, la organización social se define como un entramado de relaciones y comportamientos, en los que participan personas con el objetivo de lograr una meta en común, siguiendo ámbitos particulares de acuerdo a los logros propuestos. Teniendo en cuenta lo anterior, Mendoza (2011), reitera la importancia existente entre los procesos organizativos campesinos y los ámbitos de cultura y poder existentes, haciendo énfasis en la organización campesina, teniendo en cuenta las políticas locales y nacionales, a través de foros, encuentros y talleres, se precisa las acciones a realizar mediante un conjunto de discursos que inciden en las actividades cotidianas.

La concepción de organización popular es relevante en tanto el Estado no puede satisfacer todas las necesidades desde la perspectiva capitalista, por tanto, el “pueblo”, dispone de formas diferentes, como la diversidad de conocimientos y como lo enuncia Boaventura de Santos, una ecología de saberes, en la cual es posible remitirse a diversos ámbitos como la cultura y la vida, además de la reciprocidad intersubjetiva

que según Quijano (2000), debe partir de las percepciones y sincronía con el otro, aportando de manera significativa, con el propósito de satisfacer sus propias necesidades, a través de la reproducción de la fuerza de trabajo, con un objetivo en común, el bienestar de la unidad familiar en primer lugar (García, 1984), para lo cual la organización popular representa una vía que facilita el alcance de dicho fin.

La organización popular puede entenderse como la participación de la comunidad en la búsqueda de una construcción de identidad a través de acciones que conllevan a una finalidad en especial, de ésta manera, Toledo (1990), desde una perspectiva sociológica, realiza una descripción de los productores campesinos, pertenecientes a la sociedad agrícola que desarrolla vínculos con el sector urbano e industrial, por medio del intercambio, categoría fundamental para entender la producción del campesino, ya que se encuentra en constante intercambio con la naturaleza para satisfacer las necesidades del productor y su familia para el fundamento de la concepción de la organización.

Uno de los desafíos contemporáneos de la sociedad es el desarrollo local, por tanto la organización popular, es un mecanismo por el cual, se aprovechan las potencialidades del territorio, ya que está asociado con el crecimiento, y por ende con la expansión económica, que a su vez repercute en el territorio, donde convergen un sistema de actores, y una identidad local, que conllevan a un proceso de desarrollo específico del espacio/lugar, dado por el vínculo entre la historia y la estructura socioeconómica.

En Latinoamérica pensar en el desarrollo local contiene unas implicaciones sociales específicas del contexto, en relación con los periodos de transformación de hacienda a empresa, ya que la primera poseía un carácter político-militar, concediendo poder con un espíritu paternalista a la autoridad, sin embargo, causas económicas del mercado interno y externo la condujeron hacia la mutación como empresa en correspondencia con el desarrollo tradicional o industrial, en este sentido el sociólogo Medina (1973), cuestiona la perspectiva del desarrollo económico, como proceso continuado, basado en la aplicación reiterada de excedente en nuevas inversiones, para lograr la expansión,

que agota cualquier unidad productiva, indiferente de la que se trate, incluso la “La sociedad entera”.

Para Medina (1973), es un reduccionismo económico que demanda a todos los países a seguir el mismo camino de desarrollo occidental, desconociendo aspectos culturales, más allá de una buena vida, donde el modo de medir la riqueza es la acumulación de bienes. Esto conlleva a cuestionar los modos de vida y de consumo, en concordancia el desarrollo local es una forma de aprovechar las condiciones al alcance para alcanzar el potencial, haciendo frente a la pobreza, desigualdad, o inequidad, incentivando la empleabilidad, y asegurando la alimentación.

Aunque desde la institucionalidad el desarrollo se enfoca en las oportunidades materiales que se pueden ampliar para las personas, está el hecho de tener beneficios que no se reflejan en lo material, como la libertad de movimiento, la libertad de expresión, la ausencia de opresión, violencia y explotación, brindando de este modo un propósito de vida y un sentido de potenciación, que a su vez desde un ámbito comunitario y familiar incentive mayor articulación, y por ende la cohesión social, para valorar sus tradiciones y cultura nativa como derecho, que se ve reflejado en la calidad de vida, longevidad, y nivel de conociendo.

De acuerdo a las características mediante las cuales se configura la organización social, es pertinente hacer referencia a las relaciones sociales con miras a la cohesión, de acuerdo a los vínculos presentados, así, Moyano (2014), realiza un acercamiento conceptual al término relación social y su pertinencia en el ámbito organizacional. El autor, define el concepto como el entramado de relaciones de intercambio que a lo largo de la vida se presentan con el fin de interrelacionarse con el entorno y el contexto, satisfaciendo necesidades e intereses, por medio de ellas se crean lazos de confianza que favorecen el accionar humano, de acuerdo a un marco normativo y la influencia de diferentes ámbitos como la influencia en cuanto a la herencia, patrones de crianza y modelos de pensamiento, moldeados a partir del contexto social en el que el individuo se desarrolla.

Seguido a ello, teniendo en cuenta la construcción de identidad a partir de valores colectivos, es posible hacer referencia al Buen vivir, como una nueva alternativa que

como menciona el sociólogo Houtart (2014), ha venido despertando el interés en su mayoría en América Latina, debido a las características que posee, en relación a los elementos fundamentales para el bienestar de las comunidades, cohesión social, si de ámbitos sociales y ecológicos se habla, por otra parte, dicho concepto ha surgido como una crítica al consumismo que hoy en día se presenta, generando iniciativas que logren resolver y responder a posturas dualistas con respecto a la sociedad y la naturaleza.

Aunado a ello, el Buen vivir, se aproxima a la historia desde otra perspectiva, es decir, no ve a ésta como un ciclo lineal, sino que por el contrario, afirma la existencia de diversas historias, dotadas de sentido común, saberes y sensibilidades que se presentan en colectividad, donde posturas biocéntricas³ dan sentido a través de elementos del ambiente donde se presenta un cúmulo de valores en sí mismos, independientemente de la utilidad que tenga para el ser humano.

4.4 El fortalecimiento colectivo como estrategia organizativa

A partir de la concepción de hecho social de Durkheim, en donde los comportamientos determinan un grupo social, la asociatividad surge como un reconocimiento y alternativa al desarrollo, mediante actividades colectivas, Cáceres (2013), menciona la importancia de las diversas formas asociativas de organización para la producción agrícola mediante tres ámbitos importantes: asociatividad, cadenas productivas y desarrollo local, como características importantes de mecanismos de economía solidaria que surgen, teniendo en cuenta el concepto de “nueva ruralidad”, dichas características, promueven la inclusión de pequeños productores en el desarrollo rural, teniendo en cuenta la soberanía alimentaria como estrategia de autonomía económica y política, además de una organización voluntaria.

Ahora bien, Quintero (2006), menciona la trascendencia de los procesos de asociatividad teniendo en cuenta ámbitos de fortalecimiento, democracia y desarrollo socioeconómico en el movimiento asociativo municipal, el cual diversifica y

³ Concepto que surgió a finales de la década de 1970, expresa una ruptura con las posturas occidentales tradicionales que son antropocéntricas. Es importante advertir que el biocentrismo no niega que las valoraciones parten del ser humano, sino que insiste en que hay una pluralidad de valores que incluye los valores intrínsecos. (Gudynas, 2010).

moderniza sus estructuras organizativas. Siguiendo con la línea conceptual, Esquivia (2013), enuncia la importancia de crear redes de apoyo desde las grandes empresas y entidades económicas para lograr desarrollar el proceso de asociatividad, mediante la cualificación de talento humano y estrategias innovadoras para dar a conocer sus productos, además reitera que los sistemas de asociatividad, no cuentan con las condiciones necesarias en cuanto a estrategias de apoyo por parte del Estado y políticas públicas a pequeñas empresas, dicha problemática no permite un desarrollo favorable a los procesos de asociatividad en aras de mejorar la competitividad.

4.5 Iniciativas campesinas como configuración de identidades

Desde la economía y sus principales ramas como la economía campesina, se han creado nuevas estrategias socioeconómicas como los mercados campesinos, los cuales son una iniciativa productiva que busca reconocer y legitimar el valor de la vida rural, de ésta manera, Coelho (2018), desarrolla el concepto de mercados campesinos como canales de comercialización y oferta de productos, tomando como referencia la soberanía y seguridad alimentaria, implementados en espacios de circulación en la cotidianidad campesina.

En consecuencia, los mercados campesinos son una estrategia que surge desde la población rural para enfrentar las dinámicas neoliberales y competitivas del mercado económico, implementando formas de producción, coherentes con la comercialización y consumo, de este modo la contribución a cada uno de los miembros, promueve el progreso entorno a la vida rural, en este sentido los conocimientos tradicionales agronómicos, además de estar en constante desarrollo, se conservan.

Cabe resaltar que el mercado campesino es entonces un mecanismo por el cual los campesinos, comercializan y distribuyen sus diversos productos directamente con el consumidor, por tanto, los actores importantes dentro de la cadena son quienes producen y consumen el insumo final. En primer lugar, los productores hacen parte de una esfera rural, por medio de estrategias de solidaridad, reciprocidad y respeto por el medio natural en el que se encuentran, es decir, generan un fuerte vínculo con el territorio en la búsqueda de los medios de sostenimiento, tanto cultural como

biológico, lo anterior se argumenta con investigaciones desarrolladas en Latinoamérica, en países como Brasil, México y Venezuela en el ámbito de la economía solidaria, durante la última década, dado que, los procesos organizativos en las comunidades se desarrollan en contrariedad a los procesos de competitividad de la economía, garantizando un reconocimiento a la calidad de su producción, mediante precios justos que se adaptan a las necesidades de los individuos, usando de manera eficiente y responsable los recursos naturales.

Los mercados campesinos de acuerdo a los postulados anteriores, como estrategia productiva que surge desde el ámbito rural, tienen la finalidad de combatir con la competencia de acuerdo a que, los canales de comercialización y distribución, se realizan de manera directa. De ésta manera es posible que los campesinos y quienes hacen parte de dicha iniciativa productiva, puedan dar a conocer sus productos, y con ellos la importancia de la soberanía alimentaria y el rescate o conservación de tradiciones en cuanto al cultivo de su materia prima; además de los vínculos sociales y territoriales que tienen lugar alrededor de la iniciativa.

4.6 El nuevo concepto agrícola responsable

De acuerdo a la falta de implementación de nuevas formas de producción y características alternativas de consumo sano y responsable, es necesario, tener en cuenta diferentes conocimientos subalternos como lo menciona Santos (2010), con la finalidad de dar respuesta a nuevas estrategias de consumo consciente. Aunado a ello, el mercado campesino de Guasca, adopta la agroecología, como una estrategia que responde a la productividad y el uso responsable de los recursos; de ésta manera y para complementar lo antedicho, es posible afirmar que, la agroecología, parte de la visión de los movimientos sociales rurales, y también desde una lógica marxista, debido al carácter de alternativa frente a las lógicas capitalistas de consumo.

En éste orden de ideas, Touraine (2006), plantea en su teoría que, los movimientos sociales corresponden a lógicas organizadas social y culturalmente, en contradicción a sistemas de dominación, en donde se parte de una acción de clases, que en su mayoría se dirige a un adversario social, buscando la transformación de lógicas hegemónicas

dominantes, en este sentido, es necesaria la inmersión de los movimientos sociales. Cuando las condiciones amenazan la existencia física y cultural, debido a las representaciones de dominación, imposición de leyes, creencias, que tienen lugar en sistemas de dominación, es así como el objetivo de los movimientos sociales, generan contradicciones en el orden social, por la ruptura de barreras impuestas por intereses individuales.

Tomando como referencia los postulados de Touraine (2006), Bohórquez & O' Connor (2012), enuncian la importancia de los movimientos sociales rurales, los cuales han pasado por un sinnúmero de transformaciones hasta llegar a posicionarse como alternativas de desarrollo rural, de cara al neoliberalismo actual, es así como Touraine (2006), recobra sentido en la manera en que, este tipo de movimientos corresponden directamente a conductas sociales y culturales orientadas y organizadas, que surgen como contraposición a sistemas de dominación, que en este caso sería la economía neoliberal; por otra parte, plantean la importancia de los movimientos sociales rurales, en cuanto a las luchas por las que han atravesado para poder ser reconocidos como individuos de transformación social, por medio de representaciones sociales de identidad.

En este sentido, dichas propuestas alternativas, permiten la redefinición de modelos de crecimiento actuales, orientados a mercados globales, llevando a una fractura de los procesos campesinos, en donde las condiciones de vida parten de bienes comunes y procesos de autonomía de los mismos en sus territorios. Es necesario tener en cuenta que, en dichos movimientos sociales existen diversos actores como trabajadores agrícolas, campesinos, productores medianos y pequeños, quienes continúan, a pesar de los intereses políticos y económicos por los que están rodeados.

Por ende la agroecología como lo enuncia Martínez (2004), y partiendo desde los planteamientos de Touraine (2006), plantea en primera instancia que, el uso de la agricultura convencional y tradicional, trae crisis ecológicas preocupantes, debido al uso constante de insumos químicos, deteriorando los recursos naturales, sin embargo, menciona que, éste nuevo proceso, no solo abarca ámbitos de producción, sino un

entramado de significados sociales y culturales que influyen en la producción local, como es, la agricultura tradicional como única manera de cultivar.

Además, menciona el carácter de responsabilidad que tiene la agroecología, de acuerdo al aprovechamiento de los recursos, reduciendo así el uso desmedido de los mismos, la contaminación y destrucción del ambiente. El autor, hace alusión al desplazamiento del pequeño productor y la concentración de tierras se puede contrarrestar, aumentando la producción de alimentos, con características saludables.

Por consiguiente, según Martínez (2004), la agroecología tiene como objetivo un manejo sustentable de agro-sistema, mediante la acción social y colectiva de los individuos, es decir, la organización e implementación de nuevas prácticas a sus cultivos, así es posible establecer ámbitos de producción de cara a combatir la crisis ecológica existente en la actualidad, debido al pensamiento utilitarista de producción y consumo. La agroecología puede ser vista, también, como un enfoque transdisciplinario en donde están inmersos ámbitos ecológicos, socioculturales, alternando los saberes tradicionales con características y conceptos agrícolas, acompañadas de técnicas modernas de producción y uso responsable de los recursos.

5. Marco metodológico

La investigación parte del paradigma histórico-social, desarrollado por Lev Vigotski (1920), quien hace alusión a que, el aprendizaje del individuo, está determinado por el entorno social y el contexto histórico en el que se desarrolla, teniendo en cuenta la relación existente entre el sujeto, objeto y los instrumentos que dan lugar a la construcción del conocimiento dentro de un contexto determinado.

De acuerdo a las características que presenta la alternativa socioeconómica en el municipio de Guasca, se desarrolló la investigación, a partir de un estudio exploratorio y descriptivo, teniendo en cuenta los rasgos sociales y populares del mercado campesino, por medio de la caracterización de las prácticas sociales que permiten el desarrollo de dicha iniciativa, de esta manera se utilizó una metodología cualitativa, para dar lugar a dicha caracterización desde la perspectiva de los individuos implicados, (Sampieri, Collado y Baptista, 2010), es decir, conocer, comprender e

interpretar la perspectiva de cada una de las personas que componen el mercado campesino y quienes acuden a él, a través de sus opiniones y diferentes puntos de vista.

En los primeros acercamientos al mercado campesino de Guasca-Cundinamarca, aproximadamente desde el segundo semestre del año 2018, fue posible identificar por medio de observación participante y el diligenciamiento de once guías de observación, de acuerdo a las visitas realizadas en diferentes horarios, en donde acontecimientos como las ferias del municipio, encuentros religiosos, dieron paso a observar otros aspectos en cuanto a la presencia de más personas de las que habitualmente acuden al municipio.

El registro fotográfico, empleado como objeto de análisis, en la investigación exploratoria, fue un recurso adicional en las observaciones, permitiendo evidenciar fenómenos sociales, hechos y situaciones propias de un grupo social determinado. Ésto fue realizado en las diferentes visitas al mercado campesino y a las fincas de los productores, en donde se evidencia el ámbito organizacional, tanto en los cultivos, de acuerdo a los modos de producción y distribución en el terreno usado para la agricultura, como en el mercado campesino, con respecto a la indumentaria usada, los implementos de higiene, las personas que acuden allí, además de la aplicación de las diferentes herramientas metodológicas.

Cada uno de los acercamientos, visitas y observaciones propias al mercado campesino de Guasca, propiciaron lazos de confianza con los participantes, quienes fueron actores claves para el desarrollo de la investigación en cuanto a la facilitación de información, implementación de cada uno de los instrumentos y posterior acercamiento con los demás miembros del mercado campesino, permitiendo la aplicación de las diferentes herramientas como: ocho (8) entrevistas semiestructuradas, (matriz1), las cuales, según Kvale (2009), aunque existe un orden predeterminado de preguntas, a medida que se lleva a cabo, surgen nuevas con respecto a enunciaciones o perspectivas del entrevistado. Éstas se realizaron a quienes han tenido mayor presencia en el mercado campesino o actores clave, quienes a medida que transcurría la entrevista, iban relatando la manera en que inició el mercado y las particularidades que se presentan allí.

Asimismo, se efectuaron cinco (5) entrevistas semiestructuradas, a habitantes del municipio y consumidores, (matriz2), quienes reconocieron por medio de las preguntas, la importancia del mercado campesino en el territorio, la manera en que éste aporta de manera significativa al desarrollo local del municipio, debido a los turistas que acuden a éste para adquirir sus productos con el valor agregado, en cuanto a los innovadores y sostenibles modos de producción.

Matriz 1 entrevistas productores.

Nº entrevista	Nombre entrevistado	Rol: mercado campesino
1	Brayan Stiven Aponte Carvajal	Productor/ nieto de la señora Clementina Barajas y Luis Murillo.
2	Johan Camilo Moreno	Productor/ nieto de la señora Clementina Barajas y Luis Murillo.
3	Aurora Quinche	Productora/ miembro del comité conciliador; representante de las cinco familias productoras.
4	Luz Janeth Pardo Alonso	Productora/ tesorera; una de las pioneras del proceso organizativo.
5	Alcira Rivas	Productora
6	Jorge Aldana	Productor/ coordinador
7	Luisa Mancera	Productora/ fiscal
8	Clementina Barajas	Productora/ pionera de la iniciativa

Matriz 2 entrevistas consumidores.

Nº entrevista	Nombre entrevistado	Rol
1	María de los Ángeles Garnica Moncada	Habitante del municipio
2	Walter Enrique Díaz	Habitante del municipio
3	Camila Rojas Garnica	Habitante del municipio
4	Omaira Alfonso Rodríguez	Habitante del municipio
5	Nancy Tovar Aguilera	Habitante del municipio

Aunado a ello, se reconocieron las características, particularidades y las relaciones sociales que tienen lugar en dicho espacio, el lugar estratégico en el que se ubica dicha iniciativa, las personas que lo conforman, quienes son habitantes del municipio de Guasca y la gran mayoría, oriundos de allí, preocupados por el uso desmedido de los recursos naturales y el deterioro del medio ambiente, buscando alternativas

encaminadas hacia prácticas alimenticias en torno a la agroecología, retornando al campo para cultivar sus propios alimentos, replicar sus saberes y vender sus productos en el municipio, otorgando un valor social, cultural y económico en el territorio.

Además, se desarrolló una cartografía, a partir de la construcción colectiva, con el uso de mapas y elementos gráficos, de ésta manera, Habegger, S.& Mancila. I. (2006), hacen referencia a la cartografía social como un procedimiento mediante el cual se realiza un trazo del territorio, a través de un compromiso social, con la finalidad de comprender la realidad de acuerdo al entorno, además de una descripción de la población sociodemográfica del lugar de enunciación en que se lleva a cabo la investigación. De ésta manera, se contó con la participación de diez personas, entre consumidores y miembros del mercado campesino, reconociendo el territorio y ubicando cada una de sus fincas productoras, junto con las fuentes hídricas y principales rutas de acceso al casco urbano.

6. Capítulo I: Características organizacionales, modos de producción y cohesión social en el mercado campesino de Guasca.

“Somos unidos, tenemos normatividad, esto debería crecer”
(Entrevista5.Productora)

A partir de las observaciones realizadas en el mercado campesino de Guasca, fue posible entrever que dicha iniciativa, situada en el parque principal del municipio, está conformada por 24 personas, que producen a partir de la implementación de estrategias sostenibles y a su vez comercializan sus productos todos los domingos, de acuerdo a que es el día más concurrido por habitantes y turistas, en comparación con la cotidianidad de la semana.

Se observó además que quienes acuden al mercado campesino, lo hacen debido a las particularidades frente a los modos de producción basados en la agroecología, entendida como la implementación de estrategias responsables y amigables con el medio ambiente, otra característica, corresponde al ámbito organizacional por parte de quienes conforman el mercado campesino, que gira en torno a la cohesión social como un consenso construido a partir de la importancia de la economía campesina, en busca

de ésta retome sentido, a través de la reciprocidad existente con los saberes subalternos, lo anterior de cara y como respuesta al agotamiento de los recursos naturales por parte de la economía capitalista.



Foto1: elaboración propia. Octubre 2018.

Los mercados campesinos de acuerdo con Africano (2014), pretenden brindar beneficios a quienes producen y comercializan sus productos y a sus familiares, aportando sostenibilidad económica, participación y fortalecimiento de la economía campesina, de ésta manera, el mercado campesino del municipio de Guasca, además de las características mencionadas con anterioridad, ha tenido una movilización social en cuanto a la organización de la agricultura familiar como principal característica de dicho mercado, lo que ha permitido el fortalecimiento de esta iniciativa socioeconómica.

Además de las relaciones directas existentes entre productor y consumidor, dejando de lado los intermediarios, siendo ésta una práctica propia de los mercados campesinos, aportando de manera significativa tanto económica como social a la cooperación de la economía campesina y al desarrollo local, en donde los mercados hacen presencia como el mercado campesino de Guasca, que además de garantizar mejoras en la calidad de vida de quienes hacen parte de éste, es un punto de referencia debido a la calidad de los productos que se ofertan y la estrecha relación existente con el medio ambiente en cuanto al uso y conservación de los recursos naturales, además

de las características de buen vivir como alternativa al desarrollo mancomunado con el medio ambiente en aras de la conservación del mismo.



Foto2: Elaboración propia. Agosto 2018



Foto3: Elaboración propia. Agosto 2018

Una de las características principales de la economía campesina corresponde al uso adecuado de la agricultura familiar, junto con ello la resignificación del campesinado como fuente necesaria para suministrar alimentos, en contraposición con el sistema hegemónico capitalista basado en la utilización desmedida de recursos naturales y acumulación de capital, lo que deja de lado conocimientos subalternos propios de los campesinos, tales como los modos de producción sostenibles y responsables.

Es así como el mercado campesino del municipio de Guasca retoma importancia en la medida que, quienes participan, restablecen su valor como campesinos de la región, aprovechando los recursos naturales de la mejor manera y haciendo uso responsable de los mismos, por medio de estrategias de sostenibilidad como la agroecología, la cual, según Sevilla-Guzmán, & Soler, (2009) y Ploeg, J. (2012), la definen como una iniciativa que ha venido surgiendo con el objetivo de dignificar las conocimientos campesinos y las relaciones sociales que surgen a partir de los mismos, dando respuesta a las necesidades actuales de transformar el agro en cuanto a las formas de producción responsable, para así, a través de la agroecología, el campesino sea portador social de conocimientos para ser reconocido como sujeto social responsable con el medio ambiente.

De acuerdo a lo enunciado, quienes hacen parte del mercado campesino de Guasca, reconocen que una de las principales características de éste, es que sus modos de producción responden a lógicas agroecológicas, empoderando así de acuerdo con Campos (2015), la relación existente entre el campesino y la soberanía alimentaria como principales “responsables” de la producción de alimentos.

Como lo menciona un productor entrevistado: “El proceso para poder iniciar fue empezar a cultivar comida sana orgánica y producir para poder sacar nuestros productos y vender en el mercado... Todo orgánico y regado con aguas limpias, Guasca pertenece a la región del Guavio, tenemos un recurso hídrico maravilloso, todo lo que se hace es con agua limpia”. (Entrevista5: productor, agosto 25/2019), de ésta manera, se evidencia entonces lo que expone Campos (2015), al decir que, las estrategias agroecológicas corresponden a una de las características del mercado campesino, adaptando modos de producción sanos y amigables con el medio ambiente, aprovechando de manera responsable el uso del recurso hídrico, haciendo referencia al beneficio que tiene el municipio de acuerdo a su ubicación geográfica en la región del Guavio.⁴

De acuerdo con Campos (2015) con respecto a los modos de producción sostenibles, las siguientes fotografías realizadas en la Finca San Luis, ubicada en el municipio de Guasca, la cual es reconocida a nivel nacional por las características alternativas de productividad, además de la distribución en diferentes lugares, dan cuenta de los modos producción encaminados hacia la agroecología como una de las principales particularidades del mercado campesino del municipio, además de ello, es posible observar la unión y cooperación existente entre la señora Clementina y su esposo Luis, quienes han sido mentores en el proceso de la agroecología en el municipio de Guasca, recobrando la importancia de la agricultura familiar campesina.

⁴ De acuerdo con el Plan de desarrollo turístico de la Provincia del Guavio, ésta región está conformada por ocho municipios: Gachalá, Gama, Guasca, Guatavita, Junín, La Calera, Ubalá y Gachetá. Allí existen áreas de protección, preservación y protección de cuencas hidrográficas y en general de recursos naturales.



Foto4: Elaboración propia. Abril 2018.



Foto5: Elaboración propia. Abril 2018.

Ahora bien, los mercados campesinos surgen a partir de la economía campesina como una alternativa o estrategia basada en legitimar el valor de la vida rural, Coelho (2018), los define como canales de comercialización dando lugar a espacios de articulación campesina, de ésta manera, el mercado campesino de Guasca entra en convergencia con el enunciado anterior, ya que por medio del espacio otorgado por la Alcaldía municipal, en el parque principal del municipio, logran dar a conocer sus productos de características propias y además producidos por ellos mismos en cada una de sus fincas, dando valor a sus conocimientos subalternos, o como lo enuncia Santos (2010), a la diversidad de saberes y conocimientos que tienen lugar más allá del ámbito económico, reconociendo así la importancia de las diferentes perspectivas sociales y productivas del conocimiento individual y colectivo.

Como se enuncia en las siguientes entrevistas, cada una de las personas que hace parte del mercado campesino del municipio de Guasca, tiene modos de producción de acuerdo a los saberes y conocimientos subalternos, haciendo uso de fertilizantes naturales, procesos de renovación del suelo, todo basado en la experiencia que han tenido en su vida cotidiana a lo largo de los años, con el único fin de dar un valor al trabajo del campesino, sus conocimientos y la manera en que, por medio de los mismos se da paso a satisfacer las necesidades básicas, propias de connotaciones sociales como el buen vivir, el cual es definido según Houtart (2014), como una estrategia alternativa que permite enaltecer las propuestas que surgen desde los territorios y que rompen con las ideas dualistas de la globalización y la modernidad, que no toman en cuenta lógicas de bienestar y participación comunitaria que surgen como resultado de esa ecología de saberes que propone Boaventura de Sousa Santos, a través de los cuales, es posible

adquirir nuevas perspectivas encaminadas a la resistencia de conocimientos, saberes y valores tradicionales.

El mercado campesino de Guasca en relación con el postulado de Boaventura de Sousa Santos, se adapta al uso de los conocimientos o ecología de saberes, basado en la reciprocidad entre el conocimiento científico y el adquirido por medio de la experiencia en la cotidianidad, así lo evidencia un productor entrevistado: “Es un sistema alelopático en donde unas plantas se cuidan con las otras, es un proceso rotativo que no se vaya a repetir el producto para que el suelo no se canse” (Entrevista8: productor, agosto 18/2019), lo anterior, según Quijano (2000), se presenta como un intercambio intersubjetivo de saberes con la finalidad de satisfacer las necesidades propias por medio de la reproducción de la fuerza de trabajo buscando bienestar colectivo, entonces, es posible afirmar que, de acuerdo a las características de reciprocidad existentes entre quienes hacen parte del mercado campesino de Guasca, hay una reestructuración de los saberes campesinos y subalternos que dan paso a la construcción de su identidad como campesinos de la región, aportando a través de sus productos una nueva alternativa de consumo, además de cambios en los procesos de producción de los insumos que comercializan.

Las siguientes enunciaciones realizadas por otro de los productores: “Esto... hay invernaderos y hay afuera, en los invernaderos se produce lo más delicado, digamos la espinaca se produce en los invernaderos. Todo tiene compost, tiene... cal, también tiene un sistema de riego, se abre a determinadas horas, más o menos por la mañana y por la noche, porque si se abre al medio día, el agua y el sol las quema... Y fertilizantes, los que hace mi abuela, agua ají, caldo bordelés, todos esos los hace mi abuela”. (Entrevista2: productor, agosto 25/2019), dan cuenta, de los postulados de Quijano y Boaventura de Sousa Santos, en la medida en que, los saberes adquiridos mediante la experiencia y el conocimiento alcanzado por medio de diferentes talleres a los que asistieron para su capacitación acerca de los modos de producción, han sido uno de los ejes transversales para el funcionamiento óptimo en cada una de sus fincas, a través de una reciprocidad de conocimientos, dando paso a un bienestar colectivo, basado en estrategias o alternativas en donde los conocimientos subalternos recobra sentido.

El cúmulo de relaciones sociales y propuestas que surgen desde los territorios por medio de estrategias alternativas de buen vivir y conocimientos subalternos, características propias del mercado campesino de Guasca, es posible enmarcar el mismo dentro de la economía social y solidaria, la cual parte del principio de desarrollo y procesos de autogestión y sostenibilidad, en contrariedad al sistema capitalista que no toma como referencia lógicas de solidaridad y autonomía en la gestión, creación e impulso de estrategias alternativas de fortalecimientos de los territorios por medio de ámbitos identitarios. Es así como Coraggio (2011), enuncia la importancia de la economía social y solidaria, ya que esta, hace referencia a procesos de construcción colectiva, a partir de ámbitos sociales y la resignificación de equidad social, implementando el buen vivir como una estrategia de solidaridad e incremento de esferas populares, en aras de la construcción de una sociedad que esté en constante relación con su entorno y la diversidad.

Sin embargo, es posible traer a contexto las enunciaciones de Urra (2010), quien hace referencia a que, aunque la economía social parte de principios de responsabilidad, igualdad, solidaridad y democracia, y corresponde a una alternativa eficiente, la sociedad del común no la reconoce como tal, dejando de lado su importancia en el mercado como modelo alternativo. En relación a ello, su afirmación se evidencia en el mercado campesino de Guasca, ya que, si bien la organización social que se tiene allí, tiene presente cada uno de los principios de la economía solidaria, no reconocen su iniciativa como parte de dicha economía, sino que simplemente por medio de la solidaridad y unión se han venido fortaleciendo.

En convergencia con los planteamientos de Coraggio (2011) y de acuerdo con las observaciones realizadas en el mercado campesino de Guasca, éste está construido a partir de la colectividad, en donde quienes hacen parte de dicha iniciativa, resignifican su rol como campesino de la región, a través de ámbitos identitarios y modos de producción que van de la mano con el entorno natural; donde su única finalidad no es la obtención de utilidades económicas ni acumulación de capital, sino, la construcción de saberes propios, y una subjetividad colectiva basada en la cohesión social, de cara al buen vivir como aquella sincronía existente con el otro, dando el lugar adecuado a experiencias subalternas como lo menciona Boaventura de Santos Sousa.

De ésta manera, el mercado campesino cumple con características propias de sostenibilidad y reciprocidad con el medio ambiente, a través de los procesos de producción usados por quienes conforman dicha iniciativa, sus conocimientos propios, que dan lugar al reconocimiento de los mismos, por otra parte, posee particularidades propias de ámbitos sociales, en donde la cohesión social y formas organizativas como la organización social y popular tienen presencia, de acuerdo a los valores que han permitido que el mercado campesino se siga fortaleciendo al transcurrir el tiempo.

El mercado campesino de Guasca, presenta formas organizativas desde la perspectiva de la sociología de las organizaciones, en donde las interacciones entre los diversos individuos, giran en torno a procesos identitarios colectivos, que permiten el fortalecimiento del mercado campesino, a través de la autogestión, además, haciendo alusión a Durkheim y su concepto de hecho social, los procesos organizativos en dicha iniciativa, se definen como el entramado de relaciones y comportamientos, los cuales dan lugar a un objetivo en común, el cual es ser reconocido a nivel local como un mercado que responde a la necesidad de construir una responsabilidad con el medio ambiente, además de crear lazos con los consumidores, por medio de la satisfacción de sus expectativas, así lo enuncia un productor entrevistado: “Mercado que lleva mucho tiempo, a lo largo del tiempo con el esfuerzo de las personas se ha venido organizando, consolidando, por ejemplo, en Bogotá ya conocen el mercado campesino de Guasca... Otra fortaleza es la organización, productores organizados, en cuanto a cuidados higiene para cumplir con las expectativas de los clientes.” (Entrevista6: productor, agosto 18/2019).

De ésta manera, el mercado campesino de Guasca responde a éstas particularidades, de acuerdo a los logros obtenidos, así lo evidencia la entrevista: “Es un grupo organizado que se ha fortalecido, no ha sido de la noche a la mañana, ha sido un proceso que se ha reconocido, el cliente es cliente de Bogotá, nuestro cliente es el turista, Guasca es reconocido por la producción orgánica... A la hora de que nos toca en el mercado campesino somos uno solo... La misma experiencia y la misma necesidad, se vuelve como una familia, nos colaboramos entre nosotros, con productos”. (Entrevista4: productor, agosto 18/2019), dicho fortalecimiento obtenido, través de los procesos de organización y cohesión social propios de ésta iniciativa, ya

que, quienes hacen parte de ésta, comparten valores, comportamientos y relaciones con la finalidad de obtener reconocimiento colectivo.

En ese sentido, Mendoza (2011), hace énfasis en los procesos organizativos campesinos y su importancia en cuanto a las acciones que se realiza en conjunto debido a que, el Estado no satisface las necesidades, por ende, desde la organización social y popular, los individuos buscan nexos y relaciones compartidas para dar lugar a alternativas socio-económicas productivas.

En el caso del mercado campesino de Guasca, la unión existente entre cada una de las personas que lo conforman, rompen con lógicas de acumulación de capital individual y dan paso a vínculos de fraternidad y cohesión social, lo anterior se representa en las enunciaciones realizadas por una entrevistada: “Relación de familia, todo el mercado es como una familia, todos nos colaboramos, nos ayudamos” (Entrevista7: productores, agosto 18/2019), en donde las reciprocidades existentes, parten de percepciones de sincronía, según Quijano (2000), satisfacen las necesidades propias, el bienestar familiar, garantizando objetivos colectivos y la búsqueda de construcciones de identidad, propias de la concepción de organización.

Dicho lo anterior, el mercado campesino del municipio de Guasca corresponde a un hecho social, enmarcado así de acuerdo a las prácticas sociales y económicas que presenta, en donde las manifestaciones colectivas que allí tienen lugar en términos de cohesión social y organización social y popular, poseen generalizaciones dentro de dicho grupo social, partiendo del bienestar colectivo existente entre ellos con la finalidad de adquirir un objetivo en común destinado, según Durkheim (1895), el hecho social se define de acuerdo a la actuación del individuo y a sus conductas en un grupo social determinado, lo que conlleva a procesos de socialización de carácter colectivo, en el mercado campesino de Guasca esto se puede evidenciar notablemente en la manera en que las personas que participan allí, en su cotidianidad actúan en colectividad buscando adquirir beneficios económicos y a su vez sociales, por medio del entramado de relaciones en dicho contexto, que, como lo enuncia Moyano (2014), crean lazos de confianza: “Relación de amistad y camaradería, nos apoyamos mutuamente, entre todos tenemos una unión en grupo bien consolidada”. (Entrevista6:

productor, agosto 18/2019), los cuales favorecen el accionar humano enmarcado en marcos normativos de necesidades e intereses, moldeados a partir del lugar en el que se desarrolla el proceso organizativo., así se evidencia en las siguientes entrevistas, en donde, las relaciones sociales enmarcadas en la camaradería y amistad que se ha venido construyendo, han permitido el fortalecimiento del mercado campesino del municipio de Guasca, a través de la colaboración y solidaridad enmarcada a partir de la organización social y popular que los caracteriza.

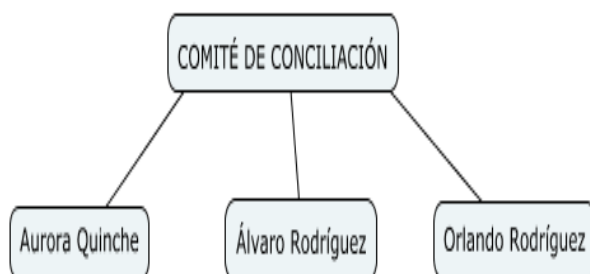
Cabe resaltar, que, además de los procesos organizativos sociales enmarcados en la cohesión social y construcción de identidad y valores propios, el mercado campesino de Guasca está organizado de tal manera, que se cumplan con los objetivos propuestos, por eso, como enunciaron quienes hacen parte de ésta iniciativa, están organizados de acuerdo a un reglamento, el cual enuncia pautas en cuanto a los modos de producción que se deben tener, las características de los productos que ofrecen, y junto con ello un comité directivo conformado por: coordinador, tesorero y secretaria, “Hay un comité directivo del mercado, cada año se escoge un comité, conformado por un coordinador, tesorero, secretaria, se escoge por votos cada año y esas personas deciden sobre el mercado”. (Entrevista6: productor, agosto 18/2019).



Matriz 3. Organigrama mercado campesino. Fuente: Elaboración propia

A su vez, existen diferentes comités, que cada año se renuevan, entre éstos está el comité de conciliación, el cual tiene la finalidad de resolver cualquier inconveniente o conflicto, el comité de vigilancia, encargado de velar por el buen uso de los implementos de higiene, los uniformes, los cuales son adquiridos por estrategias de

autogestión cumpliendo objetivos de autonomía en cuanto a los parámetros de higiene dictaminados por los reglamentos y la vigilancia de cada uno de los comités.



Matriz 4. Comité de conciliación. Fuente: elaboración propia.

Sin embargo, se presenta cierta contradicción en la medida en que, a pesar de que existe autonomía, cohesión y solidaridad a la hora de adquirir sus implementos de higiene y uniformes que los distingue en el municipio y los hace parte de un grupo social reconocido en el territorio, estos deben responder al color de la administración en curso, la productora lo expresa: “Color de la administración, con el escudo, logo de mercados campesinos, igual cada alcalde llega con su lema, entonces hay que cambiar” (Entrevista4: productor, agosto 18/2019), por tanto su nivel de toma de decisión, en ese caso, está condicionado a la voluntad que le dicte la Alcaldía municipal, siendo éste un requisito para poder hacer uso del espacio público que les brindan en el parque: “...nosotros dependemos de la Alcaldía por el espacio” (Entrevista8: productores, agosto 18/2019).

De acuerdo a lo mencionado con anterioridad y teniendo en cuenta la siguiente entrevista: “Hay una junta, nos reunimos cada dos meses y se habla si hay problemas, hay un comité de conciliación y se trata de resolver los conflictos” (Entrevista3: productores, agosto 18/2019), los miembros del mercado campesino, hacen alusión a la manera en que por medio de reuniones coordinadas y previamente organizadas, resuelven los conflictos internos y externos que se presentan dentro de la organización, en temas como el uso adecuado de los uniformes, ámbitos de higiene y atención al público, por otra parte, los conflictos externos tienen que ver en su mayoría con el espacio público otorgado por la alcaldía municipal: “Cuando hay cambio de administración, uno no sabe si nos van a dejar, a veces llegan con la idea de sacarnos

de acá” (Entrevista8: productores, agosto 18/2019), o por temas adversos como los que han venido surgiendo como lo es, el desplazamiento del mercado campesino, como lo enunció la entrevistada anterior, a un lugar poco visible en donde muchas de las personas que acuden a dicha iniciativa no tendrían acceso, lo que genera una dificultad en cuanto a los compromisos y fortalezas que se han venido construyendo a lo largo de los años.

Además, cada una de las personas que hacen parte del mercado campesino, en su condición de individuo que parte desde la organización y cohesión en la iniciativa, tiene claro que cada decisión tomada en relación a la misma, debe estar circunscrita en el reglamento que los define y por supuesto, por los comités de vigilancia y demás entes que coordinan y vigilan el adecuado funcionamiento del mercado campesino del municipio.



Foto6: Elaboración propia. Agosto 2018.

En la imagen anterior es posible apreciar los uniformes que usan, los cuales tienen el escudo del municipio de Guasca y el logo de los mercados campesinos, cada una de las personas que conforman dicha iniciativa deben portar ésta indumentaria cada ocho días de la mejor manera, de esto se encarga el comité de vigilancia, de supervisar el buen uso de éste, para dar una imagen correcta y de confiabilidad a quienes adquieren los productos en el mercado campesino.

“Nuestra presentación personal, tiene mucho que ver y en eso estoy muy pendiente en que los compañeros cumplan, yo estoy en el comité de

conciliación, hacer una buena presentación de lo que se está vendiendo”.
(Entrevista3: productor, agosto 18/2019).

De acuerdo con el trabajo de campo realizado, es posible afirmar que el mercado campesino, se basa en valores organizacionales, que giran en torno a la solidaridad, además de la cohesión social en el momento de la comercialización, en donde se genera un vínculo social con el consumidor, de acuerdo a las particularidades de la iniciativa, en cuanto a los modos de producción, como la agroecología y la importancia de la agricultura familiar y campesina que retoma sentido a la hora de producir cada uno de sus insumos, en donde los conocimientos subalternos y la ecología de saberes propia de un sector social, en este caso de los campesinos, trasciende de generación en generación, motivando al consumo responsable y amigable con el medio ambiente y logrando objetivos en común que surjan a partir de estrategias colectivas que pueden beneficiar a un grupo social determinado.

Para finalizar, la existencia de comités permite que el mercado campesino cumpla con la reglamentación exigida, de acuerdo a los principios que giran en torno a la equidad, responsabilidad y participación, garantizando el funcionamiento óptimo de la iniciativa, por medio de la toma de decisiones ejercida por las personas que hacen parte de cada uno de los comités, quienes son los responsables de verificar las características de los productos, además de conciliar los conflictos que puedan surgir, sin embargo es posible reconocer que aunque existan comités, cada miembro del mercado campesino posee voz y voto en las diferentes propuestas y estrategias que tienen lugar en el mercado campesino, un ejemplo de ello, es el uso de los uniformes, ya que es un distintivo que los reconoce dentro del territorio.

7. Capítulo II: Prácticas sociales en la organización popular del mercado campesino.

“Hay que mejorar, para atrás ni pa’ coger impulso”

(Entrevista8. Productores)

Desde la economía, antropología y sociología existe el interés por investigar, y crear políticas públicas para disminuir el desempleo y la pobreza desde de los años 80,

consolidando en los años una propuesta que representa una resistencia político-económica al sistema neoliberal, desde la academia en conjunto con las comunidades, por tanto, la organización del mercado campesino de Guasca, surge a partir de la iniciativa de los miembros que la componen, en principio de acuerdo con la entrevista: “nosotros somos los que lo empezamos, salíamos 2- 3 personas con una mesita y unos productos pocos, pero luego nos organizamos, luego la gente empezó a producir” (Entrevista8: productores, agosto 18/2019), de ahí que, la concepción de economía popular permite vislumbrar las prácticas sociales que allí convergen, ya que emerge “desde abajo”, con el fin de mitigar la exclusión y la pobreza (CEPAL, pág. 25, 2018).

Por lo tanto, en la búsqueda de salvaguardarse colectivamente y potenciar las capacidades, la economía popular abre un camino para los individuos, en aras de implementar acciones y estrategias alternativas para detener dicha exclusión, esto es tangible en el mercado campesino de Guasca, en tanto las personas que lo conforman están en la búsqueda constante de desarrollar las capacidades colectivas como los saberes compartidos con el ánimo de generar relaciones en torno al mercado campesino para beneficio de quienes la integran, o hacen parte de una u otra manera de la misma. Por ejemplo los consumidores, ya que tienen la posibilidad de generar vínculos de confianza y amistad con los integrantes del mercado campesino y sus familias, de acuerdo con las entrevistas: “son vecinos del municipio, y los conoce de toda la vida, a todos, (Entrevista1: consumidores, agosto 18/2019), de esta manera compartir el conocimiento acerca del mercado campesino, es garantía de la procedencia de los productos, además de generar compromisos más fuertes entre las personas que integran el mercado campesino, y los consumidores recurrentes.

En relación a lo anterior, se afirma que el mercado campesino de Guasca parte de los principios de economía popular, ya que, cuestiona el modelo acumulativo material, producto de la globalización, para resaltar la cultura de trabajo en camino al bienestar, la entrevista a un productor: “Entre todos nos apoyamos, en cuanto si alguien no tiene un producto se apoyan de uno al otro” (Entrevista7: productor, agosto 18/2019), da la certeza del interés por el bienestar de cada integrante, distinguiendo elementos de las prácticas que se dan en el mercado campesino, y vislumbrando o desmitificando el

papel del Estado, como ente planificador y capaz de modificar la realidad social de forma positiva (Lisboa, 1998).

Lo anterior motivando y empoderando a quienes son excluidos del sistema hegemónico, para construir una dimensión económica propia, acorde a la satisfacción de sus necesidades, conformado por configuraciones colectivas de “producción material de su vida”; lo cual deja entrever que el entrevistado: “La familia si participa en el mercado campesino en el tema de producción, comercialización” (Entrevista2: productores agosto 18/2019), dado que, el mercado campesino está integrado por individuos que construyen sus proyectos de vida a razón del bienestar familiar, respeto al entorno natural, y compromiso colectivo, alejados de la vida azarosa del consumismo, más bien están satisfechos con la tranquilidad que les brinda el espacio rural.

En este sentido la economía popular no sólo está en posición defensiva, sino propositiva frente al sistema hegemónico, de acuerdo con Núñez (1995), se obtienen nuevos caminos de formas de producción, de esta manera, la economía campesina, constituye un prisma para vislumbrar diferentes elementos del mercado campesino de Guasca, en concordancia con las alternativas que propone la economía popular en cuanto al desarrollo de la vida rural y la apropiación del territorio como principal generador de sus insumos, en contraposición a lo que sucede en el municipio según la entrevista: “Aquí no hay apoyo para el campesino, no es fácil, falta que el gobierno busque apoyo porque últimamente han venido a dar capacitaciones, pero de belleza, que saca una niña del campo con aprender hacer esas cosas, ¡Por Dios! se necesita apoyo para el campo, que pueda desarrollar. Falta de sentido de pertenencia por parte del alcalde, ésta administración no la ha tenido. Hay talleres que llegan del SENA y nunca los promueven en las veredas, no anuncian, los campesinos no se enteran.” (Entrevista5: productores, agosto 18/2019), de esta manera, la creación de estrategias educativas, deben estar orientadas al contexto rural, y no a la urgencia competitiva.

Además, la relación con la tierra, debe ser coherente con la vida rural, ya que, de acuerdo con la cita anterior, el campo colombiano requiere de un esfuerzo de quienes lo habitan, para el cuidado del territorio, y garantizar la producción, sin desconocer

que el Estado posee un rol, en el cual debe desempeñarse como gestor de políticas que reconozcan al campesino como actor en la economía a través de las formas de producción y de vida rural.

Quienes hacen parte de la economía popular y por supuesto para este caso, los campesinos, están constituidos por redes familiares, y vecinales con un sentido colectivo, para promover el desarrollo: “Es muy chévere, si se me acabó algo, alguien me vende, nosotros somos otra familia, yo realmente si hay problemas no me doy cuenta, porque soy muy feliz con lo que hago, hay un ambiente ameno, es este espacio es lo máximo... somos una familia” (Entrevista8: productores, agosto 18/2019), por tanto el mercado campesino de Guasca está motivado por las redes interpersonales con el objetivo de fortalecer la organización.

Del mismo modo, las actividades y formas de organización que usualmente son vistas como parte del “sector popular”, se configuran en torno al uso eficiente de los recursos disponibles para la satisfacción de necesidades de los miembros que la conforman, por medio de procesos autónomos, que generan una intervención socioeconómica, esto describe a cabalidad el mercado campesino de Guasca, al presentar la mano de obra de la familia como una de las principales fuerza de trabajo para la producción, “La familia si participa en el mercado campesino en el tema de producción, comercialización”. (Entrevista2: productores, agosto 18/2019), además, se enfoca en prácticas agroecológicas, a través el uso de insumos “amigables” con la tierra, proyectando en el producto final un valor agregado y diferenciador frente a la productividad hegemónica competitiva.

De ahí que, desde la comprensión de la economía popular surgen particularidades de los individuos que la componen, uno de ellas, se desarrolla en la vida rural, que tiene por objeto el bienestar del núcleo familiar haciendo uso de la fuerza trabajo de sus integrantes: “Si, mi esposo y mi hija, mi esposo colaborando aquí en la comercialización y en el cultivo, nos ayuda a empacar, nos trae cuando no participa”. (Entrevista4: productores, agosto 18/2019), ya que, hacen referencia a integrantes del núcleo familiar como apoyo y fuerza de trabajo para el desarrollo de las actividades

que se llevan a cabo durante el mercado campesino siendo partícipes de las decisiones y asumiendo un rol dentro del esquema de comercialización de cada familia.

El rol de quienes participan está ligada al lugar que ocupa en la familia, con esto se quiere decir que, hay una división intrínseca desde el principio de las labores de la siembra, cosecha y comercialización del producto, que incluye las responsabilidades frente a los cuidados de los cultivos, el transporte, y el manejo financiero, antes durante y después de vender el producto, lo cual se refleja en las guías de observación tanto en el espacio donde se desarrolla en el mercado campesino, como en las fincas de los integrantes, por ejemplo: “Durante el tiempo que tuvo lugar la visita, la señora Clementina, junto con su familia y empleados, aproximadamente ocho (8) personas, compartían en el espacio de la mejor manera, con solidaridad y compañerismo, haciendo del lugar de trabajo un espacio ameno, por otra parte, en la finca se observa una distribución adecuada de cada uno de los productos que cultiva, (Guía de observación1, abril 27/2018).

Por tanto, Santacoloma (2015), da sentido a los sistemas de producción campesina en el contexto contemporáneo, tomando como referencia la economía campesina, enunciado la importancia de los mercados campesinos como redes de abastecimiento de alimentos y cooperación en zonas rurales, construyendo mercados locales que transforman la calidad de vida de sus productores: “En el tiempo observado, se acercaron muchas personas, ya que en ese horario salen de misa. Luego de ahí y debido a que simple vista se observa el mercado campesino, se acercan las personas a adquirir la variedad de productos frescos que ofrecen, y se dan conversaciones espontáneas.” (Guía de observación2, mayo 20/2018).

Además, hace referencia a la presencia de economías que han traído consigo factores económicos, sociales y culturales, contruidos en entornos rurales. Dicho ésto, las diferentes visitas al mercado campesino de Guasca, registradas en las guías de observación, dan razón de cómo el transcurrir del día de mercado, está configurado entorno a las costumbres religiosas y el mercado campesino, en un primer momento el intercambio social y cultural de los turistas con los habitantes, ligado a la economía,

ya que, los visitantes además son consumidores, generando un vínculo que trasciende de la relación comprador - vendedor.

Cabe resaltar que, el mercado campesino repercute en la vida rural de los integrantes, ya que las actividades que desarrollan durante la semana están planeadas al día en el que se comercializa, de ahí que, la organización de las labores está supeditada al día domingo, teniendo en cuenta la autonomía, los ciclos del entorno natural, y el bienestar de la fuerza de trabajo, los campesinos.

Los ciclos del entorno natural, posee una relación con de la soberanía alimentaria y la calidad de vida en el campo en cuanto a los alimentos y la relación con la naturaleza por el uso y conservación de sus recursos de manera responsable, de ahí que, el aprendizaje de formas que permiten el uso eficiente de los materiales disponibles en el entorno natural para el cuidado de los cultivos, permite a quienes componen el mercado campesino ser autónomos en el cuidado de los cultivos, y de esta manera garantizar el conocimiento acerca de los productos, que conforme al esquema organizacional del que hace parte el mercado campesino de Guasca, responden a unos valores que hacen que se produzca de una manera diferente y consciente: “Nos dejan trabajar en el mercado campesino, con el lema “productos totalmente orgánicos”, porque eso fue lo que nosotros aprendimos, preparar abonos y fertilizantes. (Entrevista3: productores, agosto 18/2019), esto se ve reflejado en las prácticas de los integrantes del mercado campesino porque los productos que finalmente se comercializan son coherentes con la idea de no afectar el entorno, ni tampoco el organismo de quienes lo consumen, eliminando intermediarios.

En las siguientes fotografías, se evidencia los modos de producción implementados en una de las fincas, en donde los productos están organizados de acuerdo a las características y crecimiento, en invernaderos, con la implementación de riegos para su conservación y óptimo desarrollo:



Foto7: elaboración propia, julio/2018



Foto8: elaboración propia, julio/2018

Además, Santacoloma (2015) desarrolla otro argumento que niega la posibilidad de asentamiento, conservación de la comunidad y economía campesina, causado por la modernización existente que trae el capitalismo, afirmando la posible desaparición de dichas comunidades ya que no acceden a los modos de producción capitalistas, también enuncia el fracaso de alternativas que pretenden cambiar las formas de producción, a acciones productivas; lo anterior se debe al desconocimiento de la importancia de la economía campesina como principal fuente de abastecimiento de los insumos fundamentales de la canasta familiar, que aunque pueden ser reemplazados, su importancia y calidad prevalece debido a que se generan a través de redes agroecológicas que favorecen la conservación de los recursos naturales.

Por ende, la confianza entre los integrantes del mercado campesino, es garante de que se tiene el mismo protocolo para el cultivo, esto conduce a comprender los testimonios de los integrantes del mercado campesino, ya que son conscientes que el proceso del cultivo y comercialización debe ir en línea con el objetivo colectivo, los productos orgánicos, lo cual requiere de una planificación y conocimiento de las prácticas frente al cultivo, como el uso de los productos para prevenir plagas, o la secuencia de los cultivos para dejar descansar la tierra y aprovechar su productividad.

Para articular y entender las características del mercado campesino, la conceptualización de la asociatividad donde se hace referencia a los diferentes ámbitos en que las personas buscan estar inmersos en procesos de cooperación con la finalidad

de lograr un objetivo en común, el cual pueda satisfacer necesidades básicas, de ésta manera es fundamental para que los individuos que componen el esquema popular, consoliden un modelo de mercado que tenga como objetivo principal hacerle frente al sistema capitalista actual.

A partir de la concepción la asociatividad como alternativa al desarrollo, mediante actividades colectivas, Cáceres (2013), menciona la importancia de las diversas formas asociativas de organización para la producción agrícola mediante tres ámbitos importantes: asociatividad, cadenas productivas y desarrollo local, lo anterior se evidencia en el mercado campesino de Guasca, en cuanto a las características que giran en torno a la economía solidaria, así lo menciona una entrevistada: “Pertenezco a una asociación de productores orgánicos con la señora Clementina y Manuelito, y un día en una asamblea... me enamoré de eso y ahí me quedé”(Entrevista4: productores, agosto 18 2019), así se busca promover la inclusión de pequeños productores en el desarrollo rural, teniendo en cuenta la soberanía alimentaria como estrategia de autonomía económica y política, además de una organización voluntaria, como se establece en el mercado campesino en donde priman las características colectivas.

Ahora bien, Quintero (2006), menciona la trascendencia de los procesos de asociatividad teniendo en cuenta ámbitos de fortalecimiento, democracia y desarrollo socioeconómico, por tanto, en el mercado campesino, dichas particularidades se presentan debido a la trascendencia que ha tenido en el transcurso del tiempo, diversificando y modernizando las estructuras organizativas: “El proceso para poder iniciar fue empezar a cultivar comida sana orgánica y producir para poder sacar nuestros productos y vender en el mercado” (Entrevista5: productor, agosto 25/2019), lo enunciado por el entrevistado, corresponde a las características del mercado, en cuando al cultivo y venta de productos orgánico en el espacio otorgado, fruto de una construcción colectiva, basada en la una necesidad socioeconómica.

Entonces, la asociatividad es un camino en el que los lazos de los individuos inmersos en un grupo, en este caso, en el mercado campesino, están guiados por los vínculos primarios que se dan en la familia, dando paso al trabajo en grupo y las acciones colectivas: “Si, mi esposo y mi hija, mi esposo colaborando aquí en la

comercialización y en el cultivo, nos ayuda a empacar, nos trae cuando no participa”. (Entrevista4: productor, agosto 18/2019), de acuerdo con el fragmento anterior, la necesidad y el compromiso impreso en las relaciones sociales expresadas en el mercado campesino, han permitido la construcción de éste, en donde, la fuerza de trabajo primordial es la familia, como núcleo primario de la asociatividad.

Por consiguiente, se evidencia que la familia es un apoyo en la etapa de la comercialización convirtiéndose en base para el desarrollo en un escenario organizacional, con características de reciprocidad en la búsqueda de un objetivo común: “Claro que sí, mis hijas desde que estaban muy pequeñas, ellas eran las que me acompañaban, salíamos la familia” (Entrevista8: productores, agosto 18/2019). Así pues, se reconoce el rol que tienen los individuos en el desarrollo colectivo, en este caso el mercado campesino, una esfera que hace parte de las particularidades de la vida rural, donde el conflicto social hace parte de la historia.

En consecuencia, por medio de estrategias de solidaridad, reciprocidad y respeto por el medio natural en el que se encuentran, generan un fuerte vínculo con el territorio en la búsqueda de los medios de sostenimiento, tanto cultural como biológico, en el ámbito de economía solidaria, durante la última década, dado que, los procesos organizativos en las comunidades se desarrollan en contrariedad a los procesos de competitividad de la economía, garantizando un reconocimiento a la calidad de su producción, mediante precios justos que se adaptan a las necesidades que los individuos, haciendo uso eficiente y responsable de los recursos disponibles.

Los mercados campesinos de acuerdo a los postulados anteriores, como estrategia productiva que surge desde el ámbito rural, tienen la finalidad de combatir con la competencia de acuerdo a que, los canales de comercialización y distribución, se realizan de manera directa, de ésta manera es posible que los campesinos y quienes hacen parte de dicha iniciativa productiva, puedan dar a conocer sus productos, y con ello, la importancia de la soberanía alimentaria y el rescate o conservación de tradiciones en cuanto al cultivo, además de los vínculos sociales y territoriales que tienen lugar alrededor de la iniciativa.

Los fundadores hacen parte del municipio y se identifican como campesinos, que en un principio eran independientes unos de los otros, y se han ubicado en el parque principal para vender aquellos productos que cultivaban en las fincas que residían, estableciendo la importancia de la Señora Clementina Barajas, como una de las fundadoras, e impulsadora de la agroecología en el mercado, así lo evidencia una de las entrevistadas: “Sí, más que todo a Doña Clementina Barajas, porque ella es como la promotora de eso, pues como yo veo, que es como la principal y si casi a todos los distingo, por los productos, y yo trabajé en ese tema, lo llamamos orgánicos y sé cómo es el trabajo más o menos allá en la finca de ella”. (Entrevista3: consumidores, agosto 25/2019), es importante tener en cuenta, la trascendencia y lo que representa ella tanto en el mercado campesino, como en el municipio, de acuerdo a las prácticas que desarrolla, lo que le ha permitido un reconocimiento importante.

Por el mercado campesino de Guasca han transitado diferentes personas, sin embargo, su apropiación en los últimos diez años, dada por la organización mediante los comités ya mencionados en el capítulo anterior, dan paso a la consolidación del mercado campesino como fuente de alimentos agroecológicos, y referente turístico local, al hacer parte del paisaje del casco urbano cada domingo, esto conlleva a centrarse en los elementos que componen las prácticas sociales para el fortalecimiento del mercado campesino.

Lo anterior conlleva a comprender la cohesión social, como un primer factor que permite a la actividad agropecuaria que se realiza en el mercado campesino, convertirse en un motor de arranque para los miembros de ésta iniciativa, en aras de llegar al objetivo en común, desde los cimientos de la cohesión social como base de los valores en común y el sentido de pertenencia hacia un territorio que hace que los individuos permanezcan unidos en una sociedad, y que cuente con estabilidad en el tiempo, es decir, una orientación compartida hacia el futuro.

Durkheim es uno de los primeros en realizar acercamientos por entender la cohesión social, y la denomina como “solidaridad orgánica” en la que se establece las funciones de cada individuo de cara al grupo social del que hace parte, de ésta manera, confluye en cuanto a las características del mercado campesino, en donde las labores

se dividen para generar relaciones y vínculos sociales, partiendo de identidades colectivas y conduciendo a la construcción de un marco normativo que permite el orden social, y la dependencia de los individuos a esta; de ahí que, la integración social está ligada a la noción de hecho social, del que parte Durkheim entendido como aquel que tiene una existencia propia, sin importar las manifestaciones individuales que lo integren, es decir, el hecho social posee una generalización dentro de determinado grupo social, en este caso el mercado, el cual, se define a partir de características en común o comportamientos propios de éste, en el que los individuos tienen un objetivo en común e interactúan entre sí.

Por consiguiente y a partir de los postulados de Durkheim (1895), se hace referencia al mercado campesino como lugar en el que, sus miembros, actúan de acuerdo a la conducta o identidad que los representa, interiorizando así, procesos de socialización de carácter colectivo, de acuerdo a la incidencia que tienen de acuerdo a los objetivos planteados, otra predisposición en el mercado campesino se presenta de manera exterior, es decir, las acciones que realizan por repetición o costumbre, en cuanto a los modos de producción y las relaciones que construyen entre sí, de ésta manera, el término de hecho social, recobra sentido teniendo en cuenta que, el mercado campesino está orientado por conductas de los individuos que lo conforman, teniendo como objetivo una finalidad colectiva, de acuerdo a las necesidades y satisfacción de las mismas en el ámbito socioeconómico.

En este sentido las prácticas, resulta de la rutinización de actividades que para este caso posee un carácter colectivo, un significado que orienta los demás elementos entorno al mercado campesino, una cadena en la que cada eslabón cuenta con la misma relevancia, es decir, desde la procedencia de las semillas, hasta el proceso de postcosecha de los productos ofertados, que es vigilado a través del comité de verificación.

Para el funcionamiento y desempeño de las prácticas sociales dentro del mercado campesino desde la institucionalidad existe un marco normativo, que está atravesado por los principales valores que rigen dicho mercado, por ende, es relevante mencionar

la columna vertebral de los principios que los rigen para realizar un comparativo de los valores que contiene el mercado campesino de Guasca, dado su contexto.

En concordancia, las prácticas sociales que se desarrollan en el mercado campesino están orientadas por unos ejes transversales, que nacen desde una política distrital para atender a los bancos de alimentos, pero que son modificados de acuerdo al contexto y las necesidades del mercado campesino de Guasca, ya que mientras los bancos de alimentos responden a la comercialización de los productos agroindustriales, en aras de generar alianzas, la segunda posee un enfoque diferente, partiendo desde las personas que la integran que están motivadas por un engranaje colectivo: “Bueno... nos colaboramos, digamos yo no tengo un producto y mi compañero tiene entonces, nos ayudamos a vender entre nosotros mismos, hay confianza.” (Entrevista1: productores, agosto 18/2019), como lo manifiesta uno de los productores, hay un eje principal entre ellos, el cual gira en torno a la solidaridad, compañerismo y confianza, entre quienes componen el mercado, haciendo de éste un ámbito de interacción social ameno, partiendo de prácticas sociales colectivas, donde prima la calidad, la sostenibilidad ambiental, a través de la responsabilidad, equidad y diversidad, respeto, sostenibilidad económica, para lograr ser competitivo y productivo, por medio de la agroecología.

La postcosecha requiere de igual compromiso, que la siembra, ya que de ahí depende que los productos lleguen frescos al punto comercialización, la planificación de las siembras, permite tener en constante oferta las distintas hortalizas, por ende, la recolección de las mismas en momento adecuado, permite hacer uso de los saberes que han sido transmitidos, así pues, lo sostiene una de las entrevistadas: “Se conoce por el cultivo orgánico limpio y es algo que tiene que crecer porque la gente se está acostumbrando a comer comida sana, no solamente la gente adulta, muchos jóvenes están aprendiendo a comer sano”. (Entrevista5: consumidores, agosto 25/2019), por tanto, una de las características del mercado, radica en que los productos que ofrecen responden a una responsabilidad con lo que se comercializa, generando compromiso y calidad en un ámbito colectivo general. En las siguientes fotografías se aprecia la manera que están distribuidos los productos, además de una de las postcosecha

instalada en una finca, en donde se proceden a empacar y organizar cada uno de los productos que se obtienen.



Foto9: elaboración propia. Agosto 2019.



Foto 10: elaboración propia. Agosto 2019.

Los valores a seguir desde la institucionalidad, son responsabilidad, calidad, protección del medio ambiente, equidad y diversidad, competitividad y productividad, respeto, cooperación y sostenibilidad económica, cada uno de ellos encaminado a construir alianzas desde los pequeños, medianos y grandes productores agropecuarios, hacia los consumidores, generando mayores ingresos, con base en el valor agregado de los productos, para satisfacer las necesidades de los consumidores, de acuerdo con el documento oficial de la agencia de desarrollo rural El comparativo frente a la reglamentación adoptada por los miembros del mercado campesino da un horizonte hacia los objetivos planteados, en donde se tienen como mediador un valor diferente, además se establecen los derechos y deberes de los integrantes de la estrategia productiva.

La solidaridad, promueve el desarrollo de los roles de cada integrante, entorno a la igualdad, evidenciada a través de las guías de observación, ya que, en la funcionalidad del mercado campesino, todos están a disposición de colaborar a sus compañeros, de acuerdo a la confianza depositada en el otro, de acuerdo a los procesos de cultivo y comercialización, basados en la calidad, responsabilidad ambiental y la sostenibilidad económica, los cuales se han construido en colectividad.

El mercado campesino de Guasca está mediado por una normativa, a la que se llegó inicialmente por la reglamentación institucional, pero que, por la necesidad de

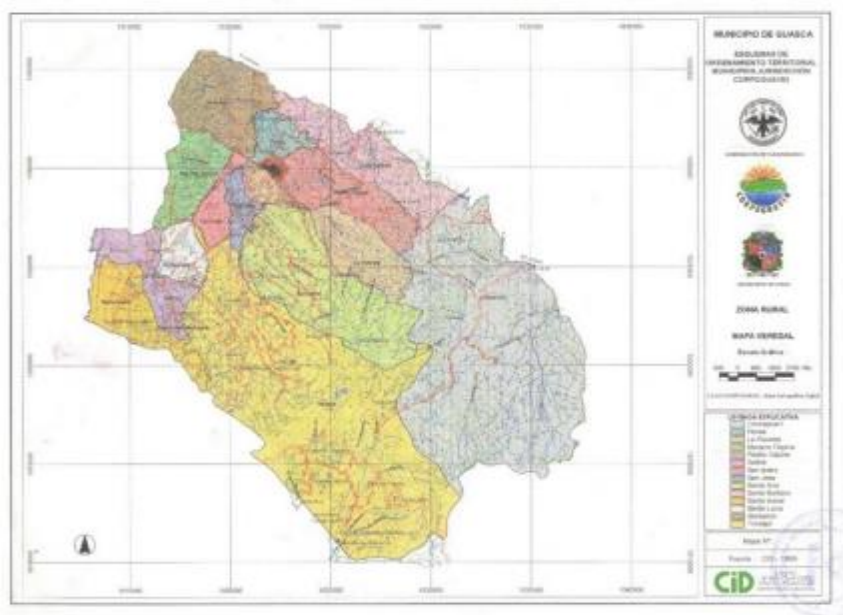
responder al contexto del territorio y la cotidianidad de los miembros del mercado, adquiere una perspectiva hacia la solidaridad, la familia como fuerza trabajo y la generosidad del conocimiento. Distante frente a la reglamentación institucional, ya que, está guiada por la generación de alianzas para eliminar en la cadena de comercialización a los intermediarios, con el objeto de ser competitivos, aunque convergen dos puntos específicos, por un lado, el valor agregado de los productos a través del modo y producción y por el otro la relación con los recursos naturales, al estar alineados hacia la conservación y uso consciente de los recursos naturales del entorno.

8. Capítulo III: Rol del mercado campesino en el territorio.

“La vitrina del desarrollo local guasqueño”

(Entrevista5.Productora)

Guasca es un municipio del departamento de Cundinamarca, ubicado en la región centro-oriente, cuenta con una extensión aproximada de 346 kilómetros cuadrados, se localiza en ambos flancos de la Cordillera Oriental. Como parte de sus paisajes, se encuentra el páramo de Guasca, hacia la cordillera, por el costado occidental parte del municipio es recorrido por el Río Siecha. El municipio se ubica a 2.710 metros sobre el nivel del mar, por lo que su temperatura es de 12° C, la mayor parte de su territorio es montañoso, sin embargo, existen áreas planas y onduladas, la cabecera municipal se encuentra en la cima de una terraza aluvial en medio del valle del Río Siecha. Limita por el norte con el cerro del Choche y el municipio de Guatavita, por el oriente con los municipios de Guatavita, Junín y Fómeque, por el sur con el municipio de la Calera y por el occidente con el municipio de Sopó. (Botiva, 2017).



Fuente: Esquema de Ordenamiento Territorial. Corpoguavio (1999).

En el municipio de Guasca encontramos población étnica entre, indígena, negra, mulata o afrocolombiana, según censo del 2005. La principal actividad económica del municipio es la agricultura y la ganadería, sus principales productos son las flores de exportación, la papa, la zanahoria, las fresas y la leche. Por otro lado, en las últimas décadas el municipio se ha ejercido el trabajo de ecoturismo, debido a que cuenta con importantes recursos naturales como el Parque Nacional Natural Chingaza, la reserva Biológica, “El Encenillo” perteneciente a la Fundación Natura y diferentes senderos ecológicos, los cuales los pobladores utilizan como una alternativa económica de ingreso.

Teniendo en cuenta la ubicación geográfica de Guasca y partiendo desde un ámbito macrosocial, evidenciado a partir de la región a la que pertenece el municipio, como lo es la provincia del Guavio del departamento de Cundinamarca, ésta corresponde al 11,6% del área total del departamento, la conforman ocho municipios: Gachalá, Guasca, Guatavita, Ubalá, La Calera, Junín, Gachetá y Gama. Esta región tiene importancia dentro del departamento por la explotación minera, principalmente de esmeraldas, cobre, zinc, hierro y plomo. Además de ello, cuenta con ecosistemas estratégicos como el Parque Nacional Natural Chingaza, Reservas ecológicas y forestales, localizadas en Gachalá, Guasca, Junín y Ubalá, por otra parte, esta

provincia, a través de Chingaza, ofrece un caudal de aproximadamente 16 m³/s, que representa el 72% del sistema de abastecimiento de Bogotá.

La economía de Guasca, tiene el objetivo de garantizar calidad de vida a sus habitantes, potencializando los recursos existentes, elaborando herramientas que permitan acceder a diferentes agentes de desarrollo por medio de acciones colectivas, teniendo en cuenta el bienestar del territorio municipal, por otra parte, haciendo referencia al desarrollo económico local, este corresponde a alternativas organizadas de acuerdo a los factores productivos y económicos existentes, tomando como referencia ámbitos sociales, políticos, culturales, entre otros, promoviendo un desarrollo equilibrado entre los servicios, producción y comercio, de manera recíproca para con los habitantes y/o sectores locales.

De acuerdo a la importancia del territorio por sus características ambientales, es necesaria la construcción de estrategias que vayan de la mano con la conservación de los recursos naturales provenientes desde la región del Guavio en su componente macrosocial, por ello, el surgimiento de alternativas locales y colectivas proporcionan un desarrollo equilibrado e innovador para los habitantes del municipio y productores, por éste motivo la iniciativa de la señora Clementina Barajas recobra importancia, quien en su búsqueda constante por el consumo responsable y alimentación saludable a causa de un acontecimiento familiar: “Mi suegro tuvo una enfermedad terminal, de ahí pensamos en que una de las causas podría ser la mala alimentación, entonces aprovechando la finca y el espacio, empezamos con mi familia a cultivar comida saludable” (Entrevista mayo/2018).

Por consiguiente, se construyó una finca en donde su familia se abasteciera de alimentos saludables con la ayuda de alternativas campesinas, a través de cursos en el SENA: “En el SENA aprendí mucho de cultivos, eso lo empecé hacer en la finca y se tuvieron buenos resultados, luego empecé a vender en el municipio” (Entrevista mayo/2018), allí, adquirió conocimientos acerca del manejo de materia orgánica y producción de insumos agroecológicos; ella junto con su familia, ha creado asociaciones con el objetivo de producir insumos agroecológicos y comercializarlos en el municipio.

Además, por medio del trabajo familiar, cohesión social y solidaridad, que han construido, sus productos se comercializan en diferentes departamentos de Colombia, con las características de la Terapia Gerson⁵: “Eso es como lo más importante, tener los productos para las personas que lo necesitan, obligación con los clientes, ellos necesitan su terapia” (Entrevista8: productores, agosto 18/2019), así, transformando hábitos de consumo responsable y sano a personas que padecen enfermedades, ha podido ser visibilizada, de acuerdo a que, sus acciones están encaminadas a la modificación de comportamientos, en aras de fomentar la medicina natural por medio de una alimentación saludable.

Por medio de un importante trabajo colectivo y la agricultura familiar, ella junto con su familia, logró, no solo resignificar la importancia del territorio y sus labores como campesina del mismo, sino ser una de las pioneras en pensarse una alternativa que garantizara desarrollo a los campesinos del municipio, replicando sus conocimientos a demás individuos, creando el mercado campesino del municipio de Guasca, el cual ha girado en torno desde su inicio, a la sostenibilidad y agroecología, características que a lo largo del tiempo, mediante su fortalecimiento y la integración de nuevos individuos, alternativas y estrategias de producción, participación y cohesión social.

De ahí que, por la trayectoria que ha tenido en éste y su arraigo en el municipio, ha permitido favorecer, redes de desarrollo local con individuos quienes han visto en ésta iniciativa una alternativa saludable, productiva y solidaria, aportando de manera significativa a la participación e integración de nuevos miembros al mercado, con la finalidad de satisfacer sus necesidades, replicar los conocimientos y saberes campesinos que realizan, generando así inclusión social por medio de la participación de los habitantes del territorio que se interesen por el consumo responsable y aprovechamiento sostenible de los recursos naturales. Resignificando el valor del campesino guasqueño en cuanto a los conocimientos que se construyen desde el territorio y para el mismo, logrando objetivos en común, que parten de la implementación de estrategias colectivas y voluntarias, fomentando alianzas y

⁵ Terapia desarrollada e implementada por el médico alemán Max Gerson, quien descubrió que, mediante una alimentación saludable y medicina natural, es posible curar enfermedades.

acciones conjuntas, que potencializan la importancia del territorio, aportando al desarrollo local del mismo por medio de comportamientos y acciones alternativas.

Algunos de los consumidores que acuden al mercado campesino y quienes son habitantes del municipio de Guasca, distinguen la trayectoria que ha tenido la iniciativa en el territorio: “Si, a doña Clementina, a don Rafael Rivera, creo que ellos son los más conocimos, doña Alcira también, además he visitado sus fincas porque me parece muy interesante los productos de ellos, y son totalmente orgánicos y son los campesinos de Guasca”. (Entrevista5: consumidores, agosto 25/2019), y la importancia en cuanto a la resignificación de las labores campesinas del municipio, además reconoce a los individuos con mayor trayectoria dentro del mercado campesino, quienes, por medio de la producción saludable y su amabilidad a la hora de ofrecer sus productos, son figuras notables allí.

Para dar paso a la participación, que se ha venido construyendo por medio del fortalecimiento del mercado campesino en el municipio, de manera colectiva por quienes hacen parte de éste y quienes acuden al mismo para adquirir los productos y conocer nuevos modos de producción saludable y sostenible, Muñoz (1998), hace referencia a la participación como el conjunto de deberes que tiene un individuo o un grupo social dentro de una comunidad, partiendo de ámbitos sociales, económicos y productivos, es así como el mercado campesino del municipio recobra importancia en la medida en que éste, a través de la distribución de sus productos, ha creado el deber en la comunidad de ser la vitrina turística en la región, además, desarrollar relaciones sociales que giran en torno a la modificación de comportamientos consumistas haciendo uso de saberes subalternos, los cuales se han venido replicando a lo largo del tiempo de la existencia del mercado campesino.

Lo anterior, permite traer a contexto las enunciaciones de Restrepo (2001), quien hace alusión a la participación a partir de la transformación de prácticas sociales, económicas que están inmersas en la sociedad, incentivando la capacidad de proponer autonomía que permite fortalecer la construcción de actores sociales, la responsabilidad que éstos generan en el territorio local por medio de la creación de estructuras participativas y posterior construcción de redes o iniciativas socio-

comunitarias, en aras de garantizar satisfacción de las necesidades humanas y el buen funcionamiento de la comunidad local.

De esta manera es posible afirmar, como el mercado campesino del municipio de Guasca, es un atractivo turístico: “El mercado es la vida del pueblo, si vienen un domingo acá, lo primero es el mercado campesino, hemos hecho el experimento de no salir un domingo y no hay nadie, esta es la cara del pueblo” (Entrevista7: productores, agosto 18/2019), o como lo mencionan en una de las entrevistas “una vitrina del desarrollo local guasqueño” (Entrevista5, consumidores, agosto 25/2019), que, a través del tiempo ha tenido un valor agregado como actor productivo dentro del municipio de acuerdo a las estrategias alternativas de consumo y las prácticas sociales que giran en torno a la cohesión social y participación colectiva de los individuos que componen el mercado campesino, por otra parte y aunado a las características organizacionales, las interacciones sociales creadas entre comprador y consumidor, permiten crear vínculos sociales de confianza e interés por adquirir conocimientos subalternos que dan paso a la resignificación del valor del campesino local del municipio de Guasca.

Cabe resaltar que los individuos que hacen parte del mercado campesino, parten de la idea de que, dicha iniciativa es de vital importancia para el desarrollo local del municipio, los días en que ofertan los productos en el lugar otorgado por la alcaldía municipal: “Claro, porque la gente del pueblo puede adquirir los productos orgánicos de buena calidad y no ir a las fruterías del pueblo donde son producto de Corabastos y muchas veces no sabemos de dónde los traen, muchos de estos productos son regados con aguas negras del río Bogotá”. (Entrevista5: consumidores, agosto 25/2019), lo que ha generado un dinamismo social, creado a partir de las relaciones sociales entre el mercado campesino como sujeto colectivo, construido a partir de objetivos comunes y los habitantes del municipio y turistas, quienes acuden a éste espacio por las estrategias y alternativas productivas a simple vista.

Por otra parte, lo enunciado en la entrevista 3 y 5, dan cuenta de la manera en que los habitantes del municipio aprecian y reconocen la organización que tiene el mercado campesino y la calidad de los productos que allí ofrecen, además de la atracción que

genera a los turistas y en general a todos los habitantes del municipio, ya que garantiza la distinción de las potencialidades económicas, sociales y culturales, afianzando el desarrollo local del municipio.

El desarrollo local que ha generado el mercado campesino en el municipio de Guasca, denota la importancia de éste, en la medida en que, las potencialidades innovadoras que brinda en cuanto a los modos de producción, las prácticas sociales que se evidencian entre los miembros del mercado, hacen de éste una alternativa llamativa en cuanto a los factores socioeconómicos que brinda, además de la participación colectiva, generando procesos de identidad asertivos en el territorio, sumado a lo anterior, la ubicación de las fincas productoras, están cerca de las vías del municipio, garantizando una movilidad accesible y por tanto el transporte de los productos en menor cantidad de tiempo, como se observa en la cartografía social realizada, en donde los productores graficaron las principales vías de acceso a dichas fincas, por otra parte, se refieren también a las fuentes hídricas con las que cuentan cada una de ellas, proporcionando el crecimiento óptimo de los productos.



Foto11: Elaboración propia, agosto 2019.



Foto12: Elaboración propia, agosto 2019.

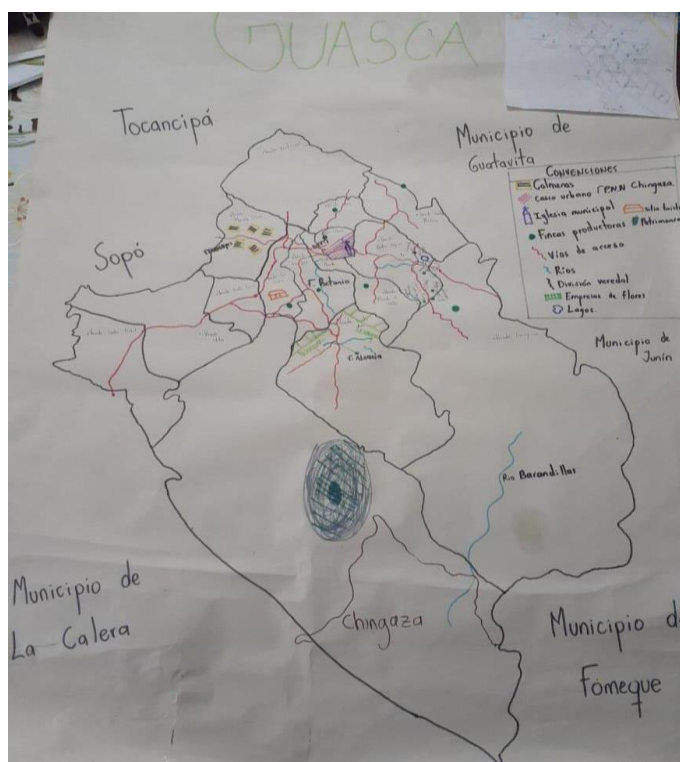


Foto13: cartografía social: productores, agosto 2019.

En éste orden de ideas, el desarrollo local mencionado, se genera por medio de una convergencia de acuerdo a los actores participantes, quienes parten de vínculos sociales e identidades locales para dar lugar a un crecimiento colectivo del territorio, dando a conocer sus principales atractivos, características innovadoras que permiten un desarrollo progresivo en el municipio: “Atractivo para el municipio y el territorio, desde las 7 de la mañana, hay mucha gente del pueblo que viene por su mercado y turistas... gente de Bogotá, Chía, Sopó”. (Entrevista5: productores, agosto 18/2019).

Asimismo, como lo enuncia Medina (1973), el mercado campesino de Guasca ha creado una movilización social, la cual ha conllevado a aprovechar las condiciones del territorio, en cuanto a las características del suelo y el clima que éste presenta y por otro lado los saberes que como campesino se adquieren con la experiencia en los cultivos, contribuyendo así a modos de vida sostenibles y saludables: “Excelente punto para comprar productos naturales, orgánicos que es lo que nosotros queremos e impulsar el mercado orgánico para la gente, para que sepan que es y coman sano” (Entrevista7: productores, agosto 18/2019), por ende, haciendo frente a procesos de desigualdad e inequidad social.

Es así como quienes hacen parte del mercado campesino, lo definen de acuerdo a las oportunidades que éste genera para resaltar el mercado local y así mismo los productos locales que se generan en el municipio de manera organizada: “Oportunidad de ofrecer los productos y resaltar el mercado local, el producto local, resaltar Guasca como un municipio donde las personas se organizan produciendo alimentos y productos de calidad”. (Entrevista6: productores, agosto 18/2019), por otra parte, hacen referencia a que, es un atractivo turístico para Guasca de acuerdo a las propiedades saludables, orgánicas con las que cuentan cada uno de los productos ofertados.

Además de, los saberes que se imprimen en cada uno de los modos de producción utilizados, conociendo así el funcionamiento adecuado de los recursos naturales, su aprovechamiento responsable y el contacto que se genera con el territorio, haciendo de éste un medio de aprendizaje colectivo, mediante la educación familiar, comunitaria y el entramado de relaciones sociales y sentimientos de identidad generados, en donde el rol del campesino y las funciones que desarrolla, recobra sentido, de acuerdo a las estrategias utilizadas.

Partiendo de las apreciaciones que se enuncian con anterioridad, el mercado campesino de Guasca, además de ofrecer sus productos, es una vitrina al turismo del municipio y aporta de manera trascendental al desarrollo del mismo, debido a que, dicho mercado es un punto de referencia al que turistas y habitantes del municipio acuden para satisfacer sus necesidades de consumo, en función de las características saludables que éste ofrece y el sentimiento de identidad que se ha venido construyendo acerca de la importancia del territorio y su potencialidad si de aprovechamiento responsable de los recursos naturales se habla, poniendo en práctica saberes subalternos, que generan apropiación y resignificación del territorio, en relación con el entorno natural y social.

Como lo menciona una de las entrevistadas anteriormente, el mercado campesino además de beneficiar a los productores del municipio y por supuesto a los habitantes mediante la compra de los productos: “Sí, claro, es muy importante, pues no solo beneficia a nosotros como guasqueños, sino también a los turistas y tiene mucho

desarrollo local, y es muy importante”. (Entrevista3: consumidores, agosto 25/2019), así pues, es un punto estratégico al que acuden turistas, promoviendo sentimientos de identidad por el quehacer campesino y las estrategias implementadas encaminadas hacia una soberanía alimentaria, en donde prima la apropiación de la producción agrícola responsable, permitiendo a los campesinos locales, el derecho a producir los alimentos por medio de prácticas dirigidas a transformar las realidades actuales, en cuanto a la producción y consumo desmedido en el territorio.

Sin embargo, no todos los ámbitos en el mercado campesino funcionan de la mejor manera, de acuerdo a las entrevistas realizadas tanto a consumidores y productores, y la cartografía desarrollada, es posible afirmar que existe una falta de apoyo notoria hacia el campesino por parte de entes estatales: “Yo pienso que falta más apoyo de la alcaldía, y del gobierno en general, con incentivos para el campesino” (Entrevista3: consumidores, agosto 25/ 2019), debido a falencias en cuanto al transporte, vías de acceso, apoyo a la producción campesina e incentivos que permitan un arraigo a la importancia de la economía campesina y los saberes subalternos que han permitido un reconocimiento del territorio guasqueño.

Por ende, el apoyo que se requiere para que iniciativas de la índole del mercado campesino de Guasca funcione y se mantenga, se ve afectada por constantes fallas en cuanto a malos manejos de presupuestos: “Cada vez el presupuesto para mercados campesinos ha sido más poquito, hasta el año pasado nos dieron \$7’0000.000 en el año, hicimos publicidad, compramos chaquetas nuevas, y éste año nos habían asignado \$7’000.000, con eso íbamos arreglar carpas, pero resulta que ese presupuesto se lo quitaron a mercados campesinos, para dárselo a otra cosa...” (Entrevista4: productores, agosto 18/2019), que en ocasiones son destinados para otros ámbitos, que no aportan al desarrollo del territorio como talleres y cursos de belleza, que no son necesarios en el municipio, de acuerdo con la riqueza ambiental y el sinnúmero de iniciativas ambientales, sociales y culturales que se deberían implementar, a través de instrucciones y enseñanzas para el sector agrícola, que pueda garantizar un óptimo uso del suelo guasqueño y con ello proporcionar un desarrollo local asertivo con las necesidades existentes en la actualidad.

Lo anterior cada vez más conlleva a un abandono sistemático y notorio de la vida rural, así lo enuncia la siguiente entrevistada: “Lo conocí en el parque principal, porque un familiar empezó a traer productos al mercado campesino, como yogurt kumis y todo orgánico, y se retiró por la falta de apoyo de la alcaldía, la gobernación, hace falta mucho apoyo al campesino guasqueño”. (Entrevista5: consumidores, agosto 25/2019), por tanto, esto crea una pérdida del sentido de pertenencia por la identidad campesina en el territorio y el valor que deben tener por su importancia si de aportes alimenticios se trata.

Sin embargo, aunque el mercado campesino genera aportes significativos en el municipio en cuanto al acercamiento de turistas y habitantes, creando lazos de identidad y confianza, como lo manifiestan habitantes del municipio, hace falta más apoyo por parte de entes estatales, debido a que, se han venido presentando una serie de conflictos por el espacio público a lo largo del tiempo y de las administraciones: “No tenemos apoyo del gobierno, de la alcaldía y se necesita más espacio, más carpas, mesas, falta dotación, porque hay gente que quiere entrar en el mercado campesino, gente de la región... Nos quieren retirar para abajo a la zona de ferias, allá quedamos retirados, escondidos, no queremos irnos para allá, falta que nos organicemos y que nos apoyen para poder montar más carpas, además es solo el domingo. Nos quieren trasladar para la plaza de ferias, por falta de lógica...”. (Entrevista5: productores, agosto 18/2019).

En contraposición y de acuerdo a los valores identitarios que son columna vertebral de la iniciativa productiva, se han creado mecanismos de resistencia, resignificando el derecho al uso del espacio público, por ejemplo, una de las acciones colectivas tomadas por los integrantes del mercado campesino, fue ausentarse el día asignado para el desarrollo de la comercialización de los productos ofertados en el mercado campesino, en consecuencia, las dinámicas sociales y económicas en el territorio guasqueño, específicamente en la cabecera municipal, se vieron modificadas al tener, menores ingresos económicos, debido a la disminución de la afluencia turística.

Sumado a ello, han fomentado la idea de crear una plaza de mercado en donde tengan presencia más productores locales, ofreciendo cualquier tipo de producto,

dejando de lado el fortalecimiento que ha tenido el mercado campesino en el territorio, por medio de la participación y cohesión social construida en colectividad, partiendo de un conjunto de multiplicidad y prácticas socioeconómicas.

También la falta de publicidad y/o promoción, como lo enuncia una de las habitantes del municipio: “Hay que hacer como más publicidad, que sea incentivar la comunidad de que compren en estos mercados, más como la promoción de estos mercados”. (Entrevista4: consumidores, agosto 25 2019), además, el desconocimiento de información e historicidad del mercado campesino por parte de la Alcaldía, ha generado contradicciones debido a que se desconoce su trayectoria y construcción de comportamientos que giran en torno a la mejorabilidad de las condiciones de vida y fortalecimiento de experiencias y estrategias de los habitantes del territorio.

Es necesario recalcar que el mercado campesino tiende a apoyar a los campesinos locales, aportando de manera significativa al desarrollo del territorio por medio de la promoción y divulgación de la importancia de la iniciativa socioeconómica y las características saludables impresas en los productos ofertados, así lo menciona un consumidor: “Si, me parece muy importante, ya que estamos promoviendo el trabajo de nuestros campesinos, los cultivos que ellos tienen, o sus producciones, me parece muy importante que hagamos provecho de estas personas” (Entrevista4: consumidor, agosto 25/2019), además de valorar las tradiciones que se replican en la vida campesina y por supuesto, los saberes subalternos, generando sentido de pertenencia por el territorio y la complicidad que este genera en los modos de producción y reproducción de experiencias que modifican comportamientos.

Además de ello, los habitantes del municipio son conscientes de la trascendencia del mercado campesino de Guasca: “Hace muchísimo, muchísimo tiempo, porque son productos orgánicos, productos de la región y apoyamos al campesino de Guasca” (Entrevista5: consumidores, agosto 25/2019), lo anterior, de acuerdo a la credibilidad basada en la confianza, con respecto a la procedencia y modos de producción de cada uno de los insumos que comercializan, los cuales son netamente orgánicos, aportando a una sana alimentación, necesaria en la actualidad.

Es necesario añadir que, a través de la cartografía realizada por los habitantes del municipio, se identificaron, las siguientes dinámicas de comercio: hoteles, restaurantes, panaderías, tiendas de ropa, supermercados, además del hospital del municipio, el paradero de las busetas, parque municipal y por su puesto el mercado campesino, por tanto, se analiza que el día más concurrido por habitantes y turistas, es el domingo, día de descanso utilizado para salir de la ciudad por parte de los turistas y para los habitantes del municipio, salir de la cotidianidad, asistiendo a tradiciones religiosas, por consiguiente, el comercio del municipio se reactiva, donde el punto estratégico es el mercado campesino, debido a su ubicación en el parque principal y su cercanía a la iglesia. Se considera dicho mercado atractivo, de acuerdo al reconocimiento regional que ha venido construyendo a lo largo del tiempo para el territorio, con respecto a las características organizacionales y modos de producción saludables, empleadas por medio de la agroecología, asimismo, la trayectoria que tiene la señora Clementina a nivel nacional por la incidencia de la Terapia Gerson, destacándose en el ámbito de productos ambientalmente sostenibles.



Foto13: cartografía social: productores, julio 2019.

Para concluir se afirma la importancia que representa el rol del mercado campesino en el territorio guasqueño, debido al rol atractivo que genera en los turistas y habitantes por las características de producción, cohesión social y participación que se observan. Por otra parte, los aportes que realiza al desarrollo local municipal, por medio de la participación activa de las personas que hacen parte de dicha iniciativa productiva, la cual se ha venido potencializando a lo largo del tiempo. Es de valorar el surgimiento que ésta tuvo como una estrategia encaminada hacia la producción amigable con el medio ambiente, la cual tiene el objetivo de replicar los conocimientos subalternos campesinos, para que éstos sean característicos de producciones actuales que vayan en contraposición al sistema hegemónico cotidiano.

9. Conclusiones

Los mercados campesinos se construyen en espacios donde convergen distintos actores e intereses que modifican las dinámicas y las interacciones sociales de quienes la componen. Esto se puede leer a través de la óptica de las economías alternativas donde surgen lineamientos estratégicos que dan apoyo a la organización popular, entendida como el cúmulo de relaciones sociales, con la finalidad de obtener objetivos en común, mediante la construcción de ámbitos identitarios, además el reconocimiento existente entre los habitantes del municipio y los productores, de acuerdo a los años de trayectoria, que evidencia una cercanía y por tanto unos lazos de confianza, lo que trae beneficios significativos a la hora de adquirir los productos.

El mercado campesino está mediado por los valores, comportamientos y relaciones sociales, que dan lugar al objetivo en común planteado, dado el consenso colectivo, es decir, a través de la participación en la definición de los valores que rige la iniciativa productiva, encaminada a partir de la economía popular, lo cual posee unas connotaciones entorno a la autonomía, reciprocidad, responsabilidad, equidad, y confianza, en coherencia con el modo de producción: la agroecología, reivindicando la importancia de la economía campesina y popular como alternativas al sistema hegemónico capitalista, fortaleciendo vínculos sociales, desde ámbitos microsociales como la familia, hasta macrosociales como las comunidades que convergen a razón de un interés en común.

La cotidianidad de quienes integran la iniciativa productiva está motivada por las prácticas sociales que tienen lugar en la cadena de producción ya que, desde el proceso de la siembra, hasta el punto final de comercialización de los productos, requiere de una planificación, que tiene varios ejes: una fuerza de trabajo, responsabilidad y equilibrio con el entorno ambiental, compromiso colectivo y la cohesión social, a partir de las cuales es posible una transmisión de conocimientos subalternos propios de las prácticas campesinas. Sin dejar de lado el rol desde la institucionalidad y los saberes proporcionados por la misma, dando paso a unas alianzas con los entes estatales, generando compromisos frente a la normatividad establecida que guía el óptimo funcionamiento del mercado campesino como una estrategia que va de la mano con el buen vivir, en la búsqueda del bienestar de la familia y la satisfacción de las necesidades, en concordancia con la calidad de vida, construida a partir de relaciones horizontales, dando paso a oportunidades socioeconómicas, potencializando las capacidades con el entorno natural y social, partiendo de cosmovisiones colectivas en los territorios, en donde las prácticas sociales y los sistemas identitarios, en este caso campesinos retoman sentido, adaptado al contexto del territorio guasqueño, dadas sus características sociales y ambientales.

Dicho lo anterior, la importancia del mercado campesino dentro del territorio, corresponde a la potencialidad y aprovechamiento de éste como vitrina turística y como productora de insumos orgánicos, teniendo en cuenta los modos de producción desarrollados, a partir de la agroecología como una de las principales particularidades del mercado campesino de Guasca, potencializando el desarrollo local del municipio, éste generado a lo largo de su existencia con la participación de habitantes del municipio, quienes, por medio de ésta alternativa socioeconómica, han generado cohesión social en aras de obtener beneficios en la calidad de vida, ya que, es punto de referencia en el ámbito social, económico y político, partiendo de lógicas de crecimiento colectivo del territorio, basadas en los saberes campesinos sostenibles, de cara a estructuras económicas que generan desigualdad social. En cuanto al ámbito político, éste presenta conflictividad en la organización de la iniciativa, en función de los postulados de la economía social y solidaria y popular, ya que, está supeditada a los espacios públicos e implementos de logística, que la administración municipal de

momento garantiza para el funcionamiento del mercado campesino, creando incertidumbre en la disponibilidad del espacio y junto a ello el apoyo financiero, ya que en la trayectoria de la iniciativa se ha venido recortando el presupuesto, desviándolo hacia otras necesidades del municipio.

Por otra parte, la creación de alternativas económicas y sectores articulados a prácticas de inclusión coexisten en contraposición a lógicas hegemónicas del mercado capitalista y el estado, basadas en una coexistencia, a partir de una crítica a los imperativos del mercado “eficiencia” y “sostenibilidad”, propone una especie de sector “relativamente desconectado del sistema”, con una lógica propia y por determinar, centradas en el aprendizaje de nuevas experiencias productivas; realizando prácticas que disputan el sentido de los criterios de producción a niveles micro y meso económicos, articulando luchas económicas, políticas y culturales.

Por medio de un nuevo sistema económico conocido como la otra economía, una economía plural, o entendida también como economía popular que se piense el bien común y el buen vivir, desde la colectividad y las necesidades que presentan los territorios implementando estrategias de redistribución, solidaridad y reciprocidad, la cual es una propuesta aún en construcción, que debe ser participativa y alejada de la racionalidad mercantilista del trabajo y la naturaleza, que proponga otras formas de propiedad y apropiación, más allá del sentido de acumulación del dinero, orientando a la construcción social de otros valores morales distintos al de la utilidad.

Finalmente, la configuración de la organización social y popular del mercado campesino, tiene lugar a partir de la apropiación de saberes campesinos que cobran sentido en los modos de producción e implementación de saberes subalternos colectivos, construyendo una identidad en torno al grupo social del mercado campesino, en donde las clases populares y trabajadoras, representan intereses sociales, que van de la mano de valores y principios, que resulta en la satisfacción de necesidades, desde la verticalidad de manifestaciones colectivas que se contraponen al sistema hegemónico contemporáneo, dado que en principio en busca de consolidar la organización, los integrantes de la iniciativa aplicaron al esquema asociativo estatal para obtener el reconocimiento jurídico, en consecuencia debían asumir los

lineamiento de las empresas privadas, aunque el objetivo de estas, es la competitividad y generación de recursos económicos a gran escala. Al final los miembros del mercado campesino desistieron, porque se oponía a las prácticas que configuran la construcción de la sociedad, con base a experiencias colectivas cotidianas, construyendo procesos de consciencia y apropiación de identidades, en contraposición se observó una ruptura en el ámbito generacional, que cobra importancia, dada la participación protagónica de los integrantes del mercado campesino con mayor trayectoria, evidenciando que los jóvenes que hacen parte de la iniciativa, están vinculados a razón del núcleo familiar, pero no poseen un sentido de pertenencia colectivo, frente a las prácticas que se desarrollan.

10. Recomendaciones

De acuerdo al aspecto institucional, debe existir mayor liderazgo por parte de los participantes del mercado campesino que les garantice hacer parte de la toma de decisiones municipales y políticas públicas que puedan afectar su funcionamiento, por ejemplo, el uso del espacio público y el apoyo para acceder a ciertos beneficios como la indumentaria, lo cual les permite, poseer autonomía que debe darse desde la colectividad, dejando de lado las incertidumbres generadas por la administración municipal.

Se sugiere crear alianzas con organizaciones que estén orientadas por los mismos principios, en cuanto a la responsabilidad, equidad, solidaridad y medio ambiente, garantizando un reconocimiento dentro del territorio, construyendo acciones que beneficien el desarrollo local y de la iniciativa, por tanto puede ser una iniciativa atractiva, a la que puedan vincularse más habitantes del municipio si cumplen con las características de sostenibilidad, permitiendo así el fortalecimiento del mercado campesino.

También es posible crear un fondo al que cada participante aporte económicamente, de acuerdo a los ingresos obtenidos, esto les permitiría crear estrategias de autogestión e independencia, con respecto a los recursos que requieren, creando un capital que asegure la sostenibilidad económica y fortalecimiento organizacional, por otra parte,

la conformación de una asamblea corporativa, sin la intervención de la Alcaldía, podría aportar mejores resultados para la construcción de información e historicidad, por medio de herramientas metodológicas lúdicas, para hacer del mercado campesino, un espacio constructivo, a partir de la colectividad.

Comunicar y capacitar a los miembros más jóvenes de la organización para crear un sentido de pertenencia, y así, convertirse en gestores del conocimiento, en torno a las prácticas agroecológicas, fomentando los vínculos sociales de la organización.

11. Bibliografía

- Africano, A. M. (2014). *Sostenibilidad de los sistemas de producción campesina en el proceso mercados campesinos*. Colombia.
- Bayona, N. (2013). *Organizaciones de productores campesinos en el páramo de Sumapaz: origen, realidades y perspectivas*. Tesis Antropología social. Universidad nacional. Bogotá.
- Bohórquez, J.P. y O'Connor, D. (2012). *Movimientos sociales rurales colombianos: de la resistencia a una cultura política alternativa en un mundo transnacional*. Suma de Negocios, 3(1), 65-87.
- Cáceres Gómez, L. S., Pardo Enciso, C. E. y Torres, A. M. (2013). *La asociatividad y las cadenas productivas: una alternativa de desarrollo para el municipio de Yopal, Casanare*.
- Campos, Carolina. (2015). *Empoderamiento campesino y soberanía alimentaria en Colombia: la defensa de las semillas y los mercados campesinos*. Tesis de Maestría en estudios latinoamericanos. Universidad de Leiden.
- Castellanos, J. G. (2010). *La asociatividad como fenómeno evolutivo análisis de casos colombianos*. Revista EAN, 100-111.
- Cárdenas, María F. C. (2015). *Cohesión social: balance conceptual y propuesta teórico metodológica*. México: Colonia San Ángel Inn.

- Carmagnani, M. (2008). *La agricultura familiar en América Latina. Problemas del Desarrollo*, 153, 11-56.
- Casalis, A. (2009). *¿Qué es el desarrollo local y para qué sirve?* Centro de estudios para el Desarrollo local. Buenos Aires, Argentina.
- CEPAL. (2007). *Cohesión social: inclusión y sentido de pertenencia en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- CEPAL. (2005). *Desarrollo Local en América Latina: conceptos y políticas*. Reunión de Expertos sobre uso de insumos Sociodemográficos para la gestión y el desarrollo local. Santiago de Chile.
- Chaparro, Adriana. (2014). *Sostenibilidad de la economía campesina en el proceso de mercados campesinos*. Programa doctorado: recursos naturales y sostenibilidad. Universidad de Córdoba. España.
- Chayanov, *La organización de la unidad económica campesina*, Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires, 1974. Editada en ruso en 1925 por el Instituto de Investigación Científica de Economía Agrícola de Moscú.
- Chirinos, Orlando José, *La racionalidad productiva de la familia campesina*. Opción [en línea] 2006, 22 (abril): [Fecha de consulta: 3 de marzo de 2019] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31004906>> ISSN 1012-1587
- Coelho, I- Uribe, D. (2018). *Los mercados campesinos de Bogotá: patrimônio imaterial e desenvolvimento da economia campesina na Colômbia*.
- Coraggio, J. (2011). *Economía social y solidaria. El trabajo antes que el capital*. Quito- Ecuador: Ediciones Abya-Yala.
- Coraggio, J. (1991). *Ciudades sin rumbo*. Quito: Ciudad.
- Corrales, A & Forero, Jaime. (2012). *La economía campesina y la sociedad rural en el modelo neoliberal del desarrollo*.

- Corrales, R, E (2002). *Sostenibilidad agropecuaria y sistemas de producción campesinas*. Colombia.
- Daft, R; Steers, R. (1992). *Organizaciones: El comportamiento del individuo y de los grupos humanos*. México: Limusa.
- Dávila León, Oscar. (1994). *Acción colectiva y asociatividad poblacional*. Última Década Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19500208>> ISSN 0717-4691.
- Demon, Jos. (2013). “*La hermenéutica según Hans-Georg Gadamer y su aporte a la educación*”. En: Revista Sophia: Colección de Filosofía de la Educación. N° 15. Quito: Editorial Universitaria Abya-Yala.
- Durkheim, É. (1895). *Las reglas del método sociológico*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Esquivia, L. I. (2013). *La asociatividad como estrategia para mejorar la competitividad de las microempresas productoras de calzado del municipio de Sincelejo*. Bogotá, Colombia: Universidad nacional de Colombia.
- García, M & Carrera, P. *Los “Mercados Campesinos” de Ibagué en el escenario de las tecnologías de la información*. Convergencia en el nuevo paradigma. (Tolima, Colombia).
- Gómez, José & Gómez Gerardo. (2006). *Saberes Tradicionales agrícolas indígenas y campesinos: rescate sistematización e incorporación a las IEAS*. Universidad Autónoma Indígena de México.
- González, A. Montenegro, M. & García, D. (2018). “*Yo compro campesino*”: una aproximación a las representaciones sociales de los consumidores de los mercados campesinos. *Revista Colombiana de Sociología*. 41(2), 61- 81.
- Habegger, S. y Mancila, I. (2006): *El poder de la Cartografía Social en las prácticas contrahegemónicas o La Cartografía Social como estrategia para diagnosticar nuestro territorio*.

- Houtart, F. (2014). *De los bienes comunes al bien común de la humanidad*. El Ágora USB, 259.
- Houtart, F. (2015). *La dinámica social de las orientaciones de desarrollo en América Latina*. *Revista Campos*. Vol. 3, N.º 1. Pág 97-110.
- Krieger, M. (2001). *Sociología de las Organizaciones- Desarrollo y comportamiento organizacional, Diagnóstico e intervención*. PEARSON Education.
- Kvale, Steinar. (2009). *Doing interviews*. Sage publications.
- León, T. E. (2014). *Perspectiva ambiental de la agroecología*. Instituto de estudios ambientales. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá.
- Lisboa, Armando de Melo. (1998). *Desordem do trabalho, economia popular e exclusão social*. Algumas considerações. Texto para discussão n. 6/98. Dpto. de Ciências Econômicas/UFSC.
- Marín, Antonio Lucas (2013). *Sociología de las Organizaciones*. Madrid: Fragua. p. 18. ISBN 9788470745867.
- Martínez, A. (2014). *Adopción y permanencia de la agricultura ecológica. Razones y motivaciones de los agricultores ecológicos de Guasca y Anolaima*. Tesis. Maestría en medio ambiente y desarrollo. Universidad Nacional. Bogotá.
- Martínez, R. (2004). *Atributos agroecológicos de sustentabilidad: manejo comparativo indígena y convencional*. Costa Rica.
- Medina, José (1973). *Aspectos sociales del desarrollo económico. Serie conmemorativa del xxv aniversario de la CEPAL*. Santiago de Chile.
- Mendoza, R, N. (2011). *Políticas culturales y cultura política en una organización campesina del Magdalena Medio Colombiano*.
- Moyano, A. (2014). *Relaciones sociales en contextos organizacionales*. Bogotá: Universidad del Rosario.

- Muñoz, B. (1998). *La política social y la participación ciudadana desde la óptica de la antropología social. La irreductibilidad de la política*. Centro de Estudios Sociales. Valparaíso, Chile.
- Nates Cruz, B. y Raymond, S. (2007). “Buscando la naturaleza. Migración y dinámicas rurales contemporáneas”. Barcelona: Anthropos.
- Núñez, I & Díaz, G (2006). *Innovación en la comunidad y economía campesina*. (México).
- Núñez, Orlando (1995). *La economía popular, asociativa y autogestionaria*. Managua: CIPRES.
- Ordoñez, F. (2011). *Abriendo surcos, cosechando semillas. Alternativas al sistema agroalimentario actual desde la agroecología y la soberanía alimentaria*. Experiencia de la Fundación San Isidro de Duitama.
- Ospina, A. G. (2015). *Comercio justo, mercados campesinos y el bienestar social en Medellín: el caso del “Parque Lineal La Presidenta”*.
- Pereira, F. (2014). *La experiencia del proyecto “Mercados campesinos” en el apoyo a la economía campesina y el consumo urbano*. Bogotá.
- Perrow, C. (1970). *Organizational analysis: A sociological view*. (Social science paperbacks). Tavistock Publications.
- Peterson, P. (2009). *Agricultura familiar camponesa na construção do futuro*. Rio de Janeiro: AS-PTA.
- Pineda, H. Narváez, Y. & Buitrago, I. (2016). *Mercados Campesinos en Medellín ¿Una política integral de la ciudad para la ruralidad? En Contexto: revista de investigación en administración, contabilidad, economía, y sociedad*.
- Ploeg, J. (2012). The drivers of change: The role of peasants in the creation of an agro-ecological agriculture.

- Quijano, Aníbal 2000 “*Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina*” en Lander, Edgardo (comp.) *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas latinoamericanas*.
- Quintero, R. (2006). *Asociativismo municipal en América Latina*. Gobiernos locales y sociedad civil.
- Ramírez, A. M. (2014). *Adopción y permanencia de la agricultura ecológica. Razones y motivaciones de los agricultores ecológicos de Guasca y Anolaima*.
- Restrepo, D. (2001). *Participación social: Relaciones Estado- Sociedad civil*. Fundación para la participación comunitaria. Universidad Nacional de Colombia.
- Rincón, Luis. (2015). *La organización política campesina en la región de los andes colombianos: Trayectorias y desafíos*. Revista Geonordeste.
- Rocha, E., & Fridman, I. (2012). *Sistematización de la experiencia del mercado campesino de Siuna como un espacio que dinamiza la economía solidaria a nivel local*.
- Rojas, Esneider. (2015). *El movimiento campesino en el Cauca: organización y lucha territorial por el reconocimiento como sujeto de derechos*.
- Santacoloma, L. (2015). *Importancia de la economía campesina en los contextos contemporáneos: una mirada al caso colombiano*. Bogotá.
- Santos, Boaventura de Sousa. (2010). *Descolonizar el saber, reinventar el poder*. Montevideo, Uruguay: Ediciones Trilce.
- Rincón, Luis. (2015). *La organización política campesina en la región de los andes colombianos: Trayectorias y desafíos*. Revista Geonordeste.
- Sampieri Hernández, R., Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación (5th ed.)*. Ciudad de México: Mcgraw-hill/ interamericana editores, S.A.

- Sevilla-Guzmán, E., & Soler, M. (2009). *Del desarrollo rural a la agroecología. Un cambio de paradigma. Documentación social. Revista de estudios sociales y de sociología aplicada.*
- Soto, F., Rodríguez, M., & Falconi, C. (2007). *Políticas para la agricultura familiar en América Latina y El Caribe.*
- Tiriba, Lia. (2001). *La otra economía.* (pág. 173- 186). Argentina
- Toledo, Víctor. (1990). *La perspectiva etnológica: cinco reflexiones acerca de las “ciencias campesinas” sobre la naturaleza con especial referencia a México.*
- Touraine, Alain. (2006) *Los movimientos sociales. Revista Colombiana de Sociología*, [S.l.], n. 27, p. 255-278, ISSN 2256-5485. Disponible en: <<https://revistas.unal.edu.co/index.php/recs/article/view/7982/8626>>.
- Urrea, Miguel. (2010). *El papel de la economía social en los regímenes del bienestar. Una alternativa a explorar en tiempos de crisis. Miscelánea de comillas.* Vol 68, núm 133. Pág 791- 816.
- Vélez, J. (2017). *La economía campesina: Configuración de la economía social y solidaria.*
- Wahren, Juan (2012) “Movimientos Sociales en disputa por el territorio y los recursos naturales. El caso de la Asamblea del Pueblo Guaraní (APG) en el sureste boliviano”, *Sociedades rurales, producción y medio ambiente* Vol. 12 N° 23 [págs. 71-115], Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco, México. ISSN 1665-1189. Indexada en: Latindex Catálogo y Latindex Directorio.