

Cómo sobrevivir al mercado sin dejar de ser campesino

El caso de los pequeños productores de café en México

SILVIA JURADO CELIS*

ARMANDO BARTRA VERGÉS**

Los Autores

*Ingeniera agrónoma, estudiante del Doctorado en Desarrollo Rural, UAM-Xochimilco.

** Profesor-investigador en el Posgrado de Desarrollo Rural y en el Departamento de Relaciones Sociales, UAM-Xochimilco.

Resumen

Argumentando presuntas virtudes del “libre mercado”, en las décadas de 1980 y 1990 en México son desmanteladas un sinnúmero de instituciones estatales. Para los cafetaleros lo más alarmante de esta etapa es la desaparición del Instituto Mexicano del Café (Inmecafe), pues desde entonces los pequeños productores de este grano, que por lo general se ubican en regiones de extrema pobreza, quedan frente a frente con los grandes acaparadores del mercado internacional del aromático. Para responder al reto los cafetaleros organizados desarrollan diversas estrategias. Una de las más exitosas: la reestructuración del mercadeo en la línea del llamado comercio justo, modalidad a la que se han ido incorporando cada vez más productores. Algunas organizaciones cafetaleras con más de 30 años de vida siguen operando exitosamente. Como una primera aproximación al tema cabe preguntarse por los factores que les han permitido mantenerse vigentes y por la forma en que se ha reconfigurado la vida de las familias campesinas cafetaleras durante este tiempo. Y la interrogante mayor: ¿es replicable su modelo? El presente documento intentará dar algunas respuestas.

Palabras clave: Comercio justo, Campesinado, Organizaciones campesinas.

Abstract

Arguing the alleged virtues of “free trade” during the 1980s and 1990s, innumerable state institutions were dismantled in Mexico. For coffee growers the most alarming event at this time was the disappearance of the Instituto Mexicano del Café (Inmecafe), as this resulted in small coffee producers, who are generally located in regions of extreme poverty, have since that time had to face off with large-scale coffee distributors on the international market. To meet this challenge, organized coffee growers developed several strategies. One of the most successful: the restructuring of marketing in the line of the so-called fair trade, a mechanism to which increasingly more producers have been incorporated. After thirty years, some of these coffee organizations continue to operate successfully. As a first approach to this topic it is useful to consider what factors have allowed them to continue to stay in business, and how peasant families’ lives have been reconfigured during this time. And the big question: can this model be reproduced? This paper attempts to provide some answers.

key words: Fair trade, Peasants, Peasant organizations.

El cafeticultor mexicano. Un campesino global

Si hay un sector del campesinado que esté a la vez dentro y fuera del mercado, éste es el de los cultivadores de café en México. Agricultores familiares, los pequeños productores de café son pobres, mayoritariamente indígenas y trabajan huertas muy pequeñas, de entre media a tres hectáreas, que combinan con cultivos alimentarios de autoconsumo. Sin embargo, al mismo tiempo son exportadores y por tanto globalizados. Aparente contradicción en la que, en realidad, radica su fuerza.

Imaginemos una familia campesina del sur de México que cultiva una parcela de café de entre una y tres hectáreas de la que depende su mayor ingreso monetario pero que a la vez trabaja una milpa con cultivos básicos, un huerto de traspatio y tiene, quizá, algunas cabezas de ganado, mayor o menor según la región. Pero esta familia no está sola sino que se ubica en un contexto social comunitario que, cuando es indígena, posee una importante dimensión cultural.

Como productor campesino fuertemente mercantilizado el caficultor enfrenta múltiples dificultades, una que señala Renard, es “su dependencia de los intermediarios que les compran el café a bajo precio” (1999:183). Lo que se manifiesta en que pese a generar un producto de alto valor “las zonas de producción de café coinciden exactamente con el mapa de la extrema pobreza” (Jaffe, 2007:40).

Además de participar en la dinámica local, el cafetalero se inserta en una sofisticada cadena productiva y se vincula estrechamente con el mercado global pues la aromática cotiza en la bolsa de valores. Inserción en la que se encuentra en desventaja. Un estudio de Oxfam documenta el control que se ejerce sobre el café a nivel global:

En el caso del café, hay dos grupos de jugadores clave que operan en los mercados mundiales: los que se encargan del comercio internacional y los tostadores. Solo tres comerciantes internacionales -Neumann, Volcafé y Cargill- controlan alrededor de la tercera parte del mercado mundial, y las seis empresas principales controlan la mitad del mercado (Ponte, 2001). El

nivel de concentración entre los tostadores es aún más acusado. Sólo dos empresas -Nestlé y Philip Morris- se llevan la mitad del mercado mundial del café torrefacto y del instantáneo. Las cinco empresas principales (las dos anteriores más Sara Lee, Procter and Gamble y Tchibo) controlan más de dos terceras partes del mercado (Oxfam Internacional, 2002:162).

Esta situación se fue constituyendo en la medida en que el sistema global de la caficultura, que hasta 1988 estuvo regulado por cuotas y fuertemente intervenido por los gobiernos, iba dejando paso a un orden económico estrictamente mercantil. Drástico viraje que desequilibra la vida de las familias campesinas dependientes del aromático así como la operación de las organizaciones económico-sociales conformadas por los caficultores en la etapa anterior.

En el origen está el hecho de que el precio final del café se fija mediante una inequitativa cadena de intermediación que empieza en el productor y va desde el acaparador local hasta el corredor de bolsa. De esta manera lo describe Renard:

Los agentes locales de las grandes casas de negocio no compran, en el sentido estricto de la palabra, el café de los productores, sino que ofrecen a éstas la colocación de su producto a precio de bolsa, fijando inmediatamente una posición en el mercado de futuros y trasladando así la decisión de fijar el precio al mismo productor. Cobran una comisión por el servicio prestado y por el beneficiado del café. Evitan así todo riesgo proveniente de una brusca caída de las cotizaciones (Renard, 1999:150).

Así el pequeño productor vive siempre en la incertidumbre, pues los precios del grano dependen de lo que ocurra en la bolsa de valores a miles de kilómetros de su comunidad de origen. Veamos un ejemplo reciente: según la Organización Internacional del Café, en mayo de 2012 los precios en bolsa fueron de hasta 174.17 dólares por 100 libras, mientras que en las comunidades de Oaxaca el productor recibía alrededor de \$40.00 el kilo; un mes después la cotización de bolsa había descendido a 155.18 dólares por 100 libras, y en Oaxaca el precio caía a \$35.00 sin que el productor supiera porqué.

Desde que en 1988 desapareció el sistema mundial de cuotas que mantenía estables los precios, el pequeño productor café-talero mexicano sobrevive en un entorno global hostil, al que tiene que enfrentarse con estrategias campesinas, es decir mediante la combinación de diferentes actividades: comerciales y autoconsuntivas, individuales y asociativas (Bartra, 2011:130).

Y es que no hay tal cosa como el campesino cafetalero. “En sentido estricto el pequeño caficultor puro no existe, lo que encontramos son economías domésticas diversificadas de las que forma parte el cultivo del aromático” (Cobo et al., 2009:124).

En su lucha por preservarse como campesino y a la vez como caficultor, el pequeño productor del grano aromático ha tenido que enfrentar los ajustes estructurales asociados al modelo neoliberal consistentes en un tránsito abrupto del mercado regulado por los gobiernos al dominio irrestricto de las transnacionales.

Y es precisamente esto lo que nos interesa analizar aquí: ¿cómo han mantenido los pequeños productores cafetaleros su modo de vida ante los cambios en el entorno económico global?, ¿cuáles han sido sus estrategias de adaptación?

De la regulación estatal al mercado “libre”

Enfrentados desde la década de 1980 a precios inestables y por lo general muy bajos, que sólo comenzaron a remontar hace cuatro años, los pequeños caficultores siguen siendo, sin embargo, el sector fundamental en la producción del grano aromático, no porque para ellos éste sea rentable en términos empresariales, sino porque es la mejor opción que tienen para generar ingresos monetarios. Diversos estudios han llegado a la conclusión de que “el hecho de que los cafetales se preserven significa que son (para los campesinos) una opción comparativamente aceptable, no que su saldo sea económicamente satisfactorio” (Cobo et al., 2009:115).

Pero aun para que siga siendo un cultivo de sobrevivencia, los caficultores han tenido que desarrollar estrategias colectivas de mercadeo, pues las verdaderas ganancias en el café son las que se obtienen mediante el comercio a larga distancia. Por ejemplo, mientras que en el mercado nacional un kilo de café tostado y molido cuesta unos \$160.00, ese mismo kilo de café en Alemania puede alcanzar un precio de hasta €16.98, prácticamente el doble¹. Y ese es el espacio en el que se desenvuelven las grandes corporaciones del café.

Y los resultados no se han hecho esperar, el sector primario cafetalero ha atravesado diversas crisis derivadas principalmente del desplome de los precios internacionales:

En los últimos veinte años el mercado de café se ha caracterizado por su inestabilidad y volatilidad, con largos periodos de precios bajos y lapsos muy cortos de cotizaciones altas. En este tiempo se han presentado dos etapas críticas con una duración de 11 años (de 1988 a 1994 y de 2000 a 2005), con precios por debajo de los costos de producción, que han puesto en riesgo la sobrevivencia de las familias campesinas dedicadas a este cultivo (Bartra et al., 2011).

Y si esto es difícil de enfrentar para los caficultores empresariales, lo es más para los pequeños que no cuentan con los instrumentos competitivos propios del capital:

Cuando el capital es el agente de la producción la empresa tiende a externalizar las actividades en las que es menos eficiente y especializarse en aquellas en las que cuenta con “ventajas comparativas”, lo que es necesario porque busca maximizar la ganancia y factible porque sus recursos son monetarizables y fluidos de modo que le es fácil recomponerse. En cambio el campesino lo que busca es incrementar el bienestar doméstico, pero además sus haberes fundamentales (saberes, disponibilidad laboral, familiar, tierra y trabajo cristalizado en forma de plantaciones, infraestructura, etcétera) son rígidos, fijos y difícilmente monetarizables; son, pues, capacidades y bienes que por su naturaleza

¹ Con información de campo y del comercializador solidario GEPA.

y magnitud no pueden invertirse como si fueran un capital (Cobo et al., 2009:124-125).

En un mercado global donde los productores primarios están en desventaja y con el agravante de que sus unidades de producción no son empresas en sentido estricto, para sobrevivir los pequeños productores de café han tenido que apelar no sólo a mecanismos económicos sino también a mecanismos económico-sociales como el llamado comercio justo. Estrategias que sólo son transitables para campesinos organizados.

Localizada en la sierra Juárez de Oaxaca la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI), es una organización emblemática del movimiento de comercio justo. Es, además, muy representativa del tipo de caficultor dominante en el sector, pues sus socios son indígenas con huertas muy pequeñas localizadas en zonas de alta y muy alta marginación, y que vivieron la deblacle de 1988 pues se dedican al cultivo de café desde hace más de tres décadas.

Estrategias campesinas para sobrevivir al mercadeo global

Localizada en las zonas Istmo y Sierra Juárez del estado de Oaxaca, la UCIRI, cuenta aproximadamente con 1 900 socios pertenecientes a las etnias mixe, mixteco, zapoteco, chontal y chatino. Es una organización dedicada primordialmente al cultivo, acopio y comercialización de café, que sigue siendo su principal producto. Existe legalmente desde 1983 y es considerada como la organización pionera en el movimiento de comercio justo. De hecho es en donde se registra la primera relación orgánica comercial entre una organización de productores “del sur” y comercializadores solidarios “del norte”.

La UCIRI nace de la decisión de los productores de enfrentar asociados las condiciones inequitativas del intercambio comercial a larga distancia que caracteriza al café.

En el Istmo de Tehuantepec el café se cultiva desde hace más de un siglo, sin embargo en los pueblos de la zona serrana del Istmo la falta de caminos en buen estado, la lejanía de las comunidades rurales de centros urbanos comerciales como la ciudad de Ixtepec, la condición indígena de los pequeños productores con la barrera que en ocasiones constituye el lenguaje, y la falta de conocimiento acerca de los canales de comercialización del café hacían a estos pueblos presa fácil de los acaparadores.

Así, el hecho de que acompañados por el teólogo holandés Frans Van der Hoff, los caficultores serranos iniciaran una reflexión acerca de lo que realmente cuesta producir el café desde la siembra hasta la comercialización, constituye un parteaguas en la historia de la región. Pues al comparar los costos reales de producción con lo que pagan los “coyotes” o acaparadores locales, los campesinos llegan a la conclusión de que el precio local es totalmente injusto ya que ni siquiera cubre los gastos, y que para modificar esta situación es necesario organizarse y comercializar conjuntamente.

Comienzan en 1982 vendiendo su café a la Asociación Rural de Interés Colectivo (ARIC) de Misantla, Veracruz. Y por el simple hecho de llevar el grano al puerto ya logran una gran diferencia de precios, pues en ese entonces por el kilo de café se le pagaba al productor el equivalente de 25 centavos de dólar, mientras que gracias a la venta directa reciben 95 (Chávez, 2010:100).

Así, la debutante organización inicia la búsqueda de un comercio más directo y por ello menos desventajoso. Para el ciclo 1986-1987, “UCIRI realiza las primeras exportaciones a las firmas Simon Levelt en Holanda y GEPA en Alemania” (Chávez, 2010:202). Y de esta manera se lleva a cabo el primer intercambio comercial solidario entre una organización de productores en un país de América Latina y una de comercio alternativo en Europa. Comercio alternativo que, además, se asocia con la preocupación por el medio ambiente y por la inocuidad de los productos agrícolas, al demandar un café que no sólo sea productivamente justo y gestionado por cooperativas, sino también ambientalmente limpio y cultivado con procedimientos orgánicos.

Este hecho es un parteaguas para los caficultores del país y no sólo para los del Istmo, pues inaugura una forma diferente de enfrentar la crónica inequidad comercial, estableciendo un mercadeo más equitativo y orientado a que el excedente económico pueda ser retenido por el pequeño productor. Y es que por más de 20 años la diferencia de precios entre el mercadeo convencional y el comercio fue muy significativa. Así, a fines de la década de 1980 cuando los acaparadores locales pagaban \$10.00 por el kilo de café pergamino, la UCIRI, vendiendo a compradores solidarios a través del comercio justo, lo podía pagar a más de \$20.00.

Sin embargo, más allá de lo estrictamente económico, lo que ha distinguido a esta organización han sido sus avances en materia social. En lo económico un gran paso fue la construcción en 1984 del llamado beneficio seco² hecho con base en trabajo colectivo, o tequio, y que al aumentar la calidad del producto implicó una importante mejora en los precios obtenidos. En general, el procurarse beneficios secos ha sido una forma de fortalecer la posición de los pequeños caficultores cafetaleros, pues quien domina el procesamiento agroindustrial, y con la transformación también el mercadeo, puede quedarse con una porción mayor de los beneficios.

Otro logro significativo y de gran impacto fue la creación en 1987 de una empresa social para el transporte de pasajeros, con la que se enfrentaba el grave problema que es, para los pueblos de la montaña, la carencia de medios adecuados para trasladarse a los centros urbanos.

Acciones como éstas iban rompiendo el poder de los caciques regionales, que se ejercía mediante el control del beneficio y comercialización del café, pero también a partir del control de los transportes, esenciales en una región aislada como la serrana. Y es que al dominar el movimiento de las mercancías y de las personas, los caciques dominaban la vida económica y social de las familias campesinas.

² Instalaciones donde comienza el proceso industrial del café que constantemente están en manos de intermediarios.

Tal fue el impacto sobre la estructura regional de dominación del sistema de transporte colectivo manejado por los propios campesinos, que los primeros autobuses fueron baleados y algunos dirigentes y asesores de la organización, entre ellos Frans Van der Hoff, fueron encarcelados con el fin de amedrentarlos.

Otro hecho importante en el caminar de esta organización es la puesta en marcha en 1986 del Centro de Educación Campesina (CEC). Proyecto orientado a ofrecer a los hijos de productores socios de la organización una educación adecuada a sus necesidades, pues la que reciben en las escuelas públicas se encuentra totalmente desapegada de la realidad que viven los campesinos.

En el CEC se ha formado, además, el personal técnico de la organización. Hecho sumamente significativo ya que le permite no depender de personal externo para la asesoría en campo. Y es que la UCIRI incursionó en la agricultura orgánica alrededor de 1984, y en ese entonces los conocimientos técnicos al respecto provenían principalmente de Europa. De modo que el CEC fue un voto de confianza a los jóvenes de la montaña, que en mixe, mixteco, zapoteco, chontal o chatino adquirieron y difundieron los conocimientos necesarios para producir un café sustentable.

El CEC, argumenta Jesús Antonio Ramírez Guerrero, quien fuera uno de sus coordinadores, “es la columna vertebral que sostiene todo el sistema orgánico de la organización, y por lo tanto todas las exportaciones de café”. Aunque el carácter del CEC ha cambiado y ahora es una preparatoria animada por hermanos maristas, la educación y capacitación es una estrategia que a la fecha le sigue dando vida a la organización.

Aspecto importante de la organización istmeña es su capacidad de crear identidad trascendiendo su carácter multiétnico. Al respecto cabe destacar que cada tres años, cuando se renueva el Comité Central de Administración, se lleva a cabo el llamado Festival campesino, que es la “fiesta grande” de la UCIRI. Son tres días de convivencia entre las comunidades socias, el primero dedicado al deporte, el segundo a la música y baile, y el tercero a la celebración ecuménica. Son también tres días de tequio, ya que se debe organizar la comida, el alojamiento y los servicios para todos, pues los socios llegan con toda la

familia. Parte importante de la celebración es un concurso de canciones con temas referentes a la UCIRI. Se presentan también trabajos artísticos realizados por niños y jóvenes.

Al final de la fiesta el Comité saliente transfiere el poder al entrante, en una ceremonia en la que cada integrante de la administración que termina expone a quien lo va a suceder los retos y dificultades del cargo que ha ocupado por tres años. Tanto los entrantes como los salientes van acompañados por sus familias, pues se entiende que la responsabilidad no es sólo de la persona.

El Festival campesino es una ceremonia de renovación necesaria para tomar un respiro y seguir. Su tiempo y su espacio pueden ser vistos como heterotopía en el sentido que le da al término Foucault: “un lugar preciso y real” para las utopías (Foucault, 1967), fiesta en que participan todos, indígenas, no indígenas, misioneros y laicos, líderes morales de la UCIRI y dirigentes en activo, invitados de otros rumbos y de otras organizaciones, y hasta algún funcionario público, que es bienvenido pero no recibe atenciones especiales.

El Festival es uno de los modos en la organización, pone en práctica la reciprocidad y la correspondencia; es una manera de decirle a las familias campesinas “esto somos”; una forma de verse reflejados en los trabajos artísticos de los jóvenes; un lugar para competir en torneos deportivos, y para cantarle a la montaña y el cafetal; un sitio para conocerse y enamorarse.

“En el Festival se hace el balance de los últimos ciclos cafetaleros y juntos todos, agarramos ánimo y fuerza para regresar a la comunidad, al trabajo en el cafetal, en la confianza de que en tres años más volvamos a estar juntos”.

Conclusiones

El proceso de la UCIRI no se encuentra libre de tropiezos, dificultades y contradicciones que se han resuelto con la forma específicamente indígena de la democracia que es el consenso, más eficaz en este contexto que otras modalidades de gestión (Chávez, 2010).

Les ha servido también impulsar estrategias sociales y no sólo económicas, como la del comercio justo, y vincularlas con mudanzas agroecológicas como el manejo orgánico de las huertas de café.

Importante palanca de la UCIRI ha sido la educación, pero no el modelo dominante en la escuela pública, sino uno adecuado a sus necesidades.

Pero de nada hubieran servido el avance económico, el desarrollo de la agroecología y las relaciones sociales justicieras si no hubieran trabajado también en el ámbito de la cultura, porque la edificación de una organización campesina, y más si es indígena, es la construcción de una identidad.

Identidad, pertenencia, arraigo y voluntad de continuar caminando juntos porque las buenas organizaciones son una segunda casa para la familia campesina: un espacio en donde se habla su mismo lenguaje, donde rigen sus mismos valores, donde se respetan sus mismas reglas y donde se vive en los mismos términos que en la comunidad.

A 30 años de su constitución forman parte de la UCIRI los hijos e hijas de los fundadores, pero también sus nietos y nietas. Viejos, jóvenes y niños que no imaginan su vida sin la existencia de su organización con la que han nacido y crecido.

Referencias

- Bartra, Armando. (2011). *Tiempo de mitos y carnaval. Indios, campesinos, revoluciones. De Felipe Carrillo Puerto a Evo Morales, México, PRD-DF/ Itaca.*
- _____. Rosario Cobo y Lorena Paz Paredes. (2011). *La hora del café. Dos siglos a muchas voces, México, Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad/Banchiapas/INAH/Conaculta/Circo Maya.*
- Renard Marie-Christine. (1999). *Los intersticios de la globalización. Un label (Max Havelaar) para los pequeños productores de café, México, CEMCA-CEPCO-ISMAM.*
- Jaffee, Daniel. (2007). *Brewing Justice. Fair Trade Coffee, Sustainability and Survival, Los Ángeles, University of California Press.*
- Oxfam Internacional. (2002). *Cambiar las reglas. Comercio, globalización y lucha contra la pobreza, Barcelona, Intermón Oxfam.*
- Chávez, Carlos. (2010). *“Tensiones entre la legitimidad y la democracia. El caso de la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI), México”, tesis para obtener el grado de maestro en estudios políticos y sociales, México, UNAM.*
- Cobo, Rosario y Lorena Paz. (2009). *Milpas y cafetales en Los Altos de Chiapas, México, Serie Acciones, núm. 7, Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad/Corredor biológico mesoamericano, México/Global Environment Facility/Circo Maya.*
- Foucault, Michel. (1967). *“De los espacios otros”, Architecture, Mouvement, Continuité, núm. 5, octubre de 1984, conferencia dictada en el Cercle des études architecturales, 14 de marzo de 1967, traducción de Pablo Blitstein y Tadeo Lima.*
- _____. (1983). *El sujeto y el poder, Escuela de Filosofía, Universidad ARCIS.*
- Polanyi, Karl (2009 [1940]), *La gran transformación, México, Juan Pablos Editor.*
- Van der Hoff. (2011). *Manifiesto de los pobres. Las soluciones vienen desde abajo, Edición privada de la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo, Cd. Ixtepec, Oaxaca, México, UCIRI.*

