



Principios y proyecciones de la comercialización agroecológica: miradas desde la región de Valparaíso*

Principles and Projections of Agroecological Commercialization: Views from Valparaíso Region

Pablo Saravia Ramos¹

Resumen

La producción y el consumo alimentario agroecológico enfrentan un escenario de múltiples potencialidades y barreras a superar en un contexto de crisis, incertidumbre y cambios sociopolíticos, tanto a nivel nacional como planetario. Se persigue problematizar, a partir de las perspectivas de los actores y actoras, las dimensiones relevantes que permiten comprender el estado actual de la comercialización agroecológica, como también sus derroteros futuros. El presente texto explora dichos caminos a partir de información levantada de manera cualitativa, por medio de entrevistas individuales en profundidad a productores y consumidores de algún tipo de circuitos cortos de comercialización alimentaria de la región de Valparaíso, Chile. Tales discursos relevan la importancia de la articulación entre productores y consumidores, la recuperación de proyectos colectivos y la valorización de la confianza como mecanismo de certificación, junto con la necesidad de avanzar hacia un consumo crítico o transformador. A la vez, problematiza ciertos elementos clave para comprender el escenario futuro, tales como las capacidades presentes en los territorios, sus temporalidades que no son inmediatas y regulares, la concepción dinámica y no lineal de dichos procesos y sus conflictos.

Palabras clave: agroecología, circuitos cortos de comercialización, consumo crítico, colectivo, confianza.

Abstract

Agroecological food production and consumption face multiple potentialities and barriers scenario to overcome in a context of crisis, uncertainty, and socio-political changes, at national and planetary levels. It pursues to problematize, from the perspectives of male and female actors, the relevant dimensions that allow understanding the current state of agroecological commercialization, as well as its future directions. This text explores these paths based on qualitatively collected information, through in-depth individual interviews with producers and consumers of some type of short food commercialization circuits in the Valparaíso Region, Chile. These speeches highlight the importance of the articulation between producers and consumers, the recovery of collective projects, the valorization of trust as a certification mechanism, together with the need to move forward to a critical or transformative consumption. At the same time, it problematizes certain elements that are key to understanding the future scenario, such as the capacities present in the territories, their temporalities that are not immediate and regular, the dynamic and non-linear conception of these processes, and their conflicts.

Keywords: agroecology, short commercialization circuits, critical consumption, collective, confidence.

RECIBIDO: 22/03/2021 · ACEPTADO: 29/06/2021 · PUBLICADO: 24/02/2022

¹ Universidad de Playa Ancha, Valparaíso, Chile, ORCID 0000-0001-6835-169X, pablo.saravia@upla.cl

Introducción

Los hechos acontecidos en Chile a partir del 18 de octubre de 2019 han dejado al desnudo los impactos de un modelo económico depredador basado en una relación unilateral y extractiva, que ha obviado demandas territoriales y medioambientales. El sistema, pensado e implementado por la dictadura cívico militar (1973-1990), afecta gran parte de la vida pública chilena; entre muchos otros ámbitos afecta también a la elaboración y comercialización de alimentos.

En el caso de la producción, se incentivó la agroindustria como vía principal para gestionar las riquezas naturales. Así, en la Constitución de 1980 se privatizó el agua (Mundaca, 2014), se llevó a cabo una contrarreforma agraria (Villela, 2019) y se masificó el agronegocio en todas sus dimensiones. Mientras tanto, el supermercadismo y las grandes centrales de distribución de alimentos se instalaron con fuerza como pilares de comercialización. Según la Asociación Gremial de Supermercados de Chile (ASACH), este sector agrupa a 150.000 personas trabajadoras en 1.382 locales y acumula ventas que suponen el 4% del PIB nacional (ASACH, 2020).

Frente a este marco de presión sostenida sobre la naturaleza y las personas, resulta necesario estudiar experiencias que han construido alternativas de producción y comercialización de alimentos al modelo neoliberal chileno. Entre las de producción, la agroecología ha ido ganando espacio en el campo y la ciudad como ejercicio crítico de recuperación de prácticas y saberes marginados por la agroindustria.

En el ámbito de la comercialización, poco a poco se establecen en Chile circuitos cortos de comercialización (CCC) de alimentos orgánicos o agroecológicos, como ferias públicas, plataformas digitales, circuitos de reparto, cooperativas de consumo y últimamente diversas e incipientes formas de abastecimiento alimentario. Todos persiguen acortar la distancia entre producción y consumo, eliminar al máximo posible la figura del intermediario y avanzar hacia la compra estacional, sobre la base de una relación de confianza y cercanía con los territorios.

Hoy, el escenario para esta práctica es desafiante y, a la vez, alentador. Representa una oportunidad de incrementar los niveles de autonomía de la agricultura familiar respecto del agronegocio y sus dinámicas centralizadas de distribución. Aquí resulta clave la inserción autónoma a los mercados (Schneider y Luiz, 2015) y, complementariamente, el incremento de la densidad de la articulación entre productos y consumidores, y entre cada uno de estos grupos por sí mismos.

El objetivo de este artículo es analizar cómo los mecanismos de la comercialización de alimentos orgánicos y/o agroecológicos de la Región de Valparaíso permiten problematizar elementos fundacionales que operan como principios ético-políticos, en los que se reconocen procesos de corto y largo plazo. A su vez, se identifican dimensiones clave para ser trabajadas por un conjunto amplio de actores y actrices, que dan forma a las experiencias que divergen de las estructuras económicas convencionales.

Apuntes para la problematización teórica sobre la agroecología y el territorio

El manejo y la gestión de la naturaleza, los saberes, el territorio, la producción y comercialización alimentaria, constituyen una dimensión más de la economía capitalista global, la que está gobernada por principios de competencia y obtención máxima de beneficios. En este contexto, la agroecología surge como un discurso que cuestiona tales preceptos económicos para proponer otra forma de abordar la producción y comercialización alimentaria, por medio de acciones colectivas y portadoras de estrategias que persiguen activar el potencial endógeno, junto con promover la biodiversidad ecológica y sociocultural de la elaboración (Sevilla, 2012).

La agroecología se constituye como proyecto político de transformación integral que vincula los procesos productivos y de comercialización de alimentos con otras facetas de la vida cotidiana. Conformar una herramienta que permite cuestionar críticamente el entorno y las relaciones económicas en el ámbito de la alimentación. Además, incorpora la dimensión social al atender los conflictos y procesos de cambio social que se generan, en pos de una ampliación del marco democrático de la gestión de los sistemas alimentarios (Calle *et al.*, 2013).

Los proyectos agroecológicos se basan en la puesta en valor de prácticas y saberes, transmitidos por territorios enterrados en lo subterráneo (Scott, 2003), “expulsados” a la externalidad (Dussel, 1996) respecto del discurso hegemónico, o bien, relegados a un espacio de silencio, como lo propone la sociología de las ausencias de Boaventura de Sousa Santos (2013). Tal recuperación es un ejercicio de democracia ampliada, que busca retomar el control sobre las decisiones territoriales en los ámbitos político, económico, cultural y social. Es decir, es una propuesta cuyo horizonte político es conseguir mayores niveles de soberanía alimentaria. La agroecología es, por lo tanto, un cuerpo vivo que busca construir relaciones económicas de nuevo orden social, solidario o popular, basadas en principios como el trabajo colectivo, la reciprocidad, la colaboración y el respeto por la naturaleza.

Uno de los desafíos principales para su consolidación es la fase de la comercialización de alimentos (FIA, 2017). Esta etapa del proceso económico suele convertirse en una valla infranqueable para algunas experiencias locales, sobre todo, debido al control de las grandes cadenas de distribución, el peso del supermercado y la escala propuesta por la agroindustria, entre otros factores.

Frente a ello, algunos colectivos han comenzado a experimentar estrategias que comparten la intención de tomar distancia ante las relaciones de subordinación impuestas por los circuitos económicos dominantes (Wahren y García, 2014). Estas adquieren diferentes formas: algunos buscan reducir la distancia física entre el productor y el consumidor estableciendo recorridos geográficamente limitados, mientras que otros persiguen disminuir la cantidad de intermediarios entre productores y consumidores conformando rutas comercialmente cortas. En muchas ocasiones se observan ejercicios que combinan ambas dimensiones, espacial y comercial (Rodríguez *et al.*, 2017).

Para que los CCC funcionen de manera eficiente, puedan proyectarse en el tiempo e imaginar condiciones favorables para una potencial escalabilidad, requieren de una serie de condiciones fundamentales para su implementación. Una es el compromiso de todos los actores

involucrados en el circuito, tanto desde el lado de la producción como del consumo. Otra es la capacidad de articulación de ambos mundos, lo que permite la construcción de redes sólidas capaces de sostener las dimensiones logísticas de la comercialización. Una última condición es la existencia de la confianza como garante de los procesos productivos y de consumo.

Un engranaje clave es la posición del consumidor, ya que puede, potencialmente, conectar dos mundos que suelen estar sumamente distanciados: el campo con la ciudad. Para que devenga en práctica debe dejar atrás el papel pasivo que le ha sido otorgado por el modelo convencional de comercialización, y luego convertir el acto de consumo en uno político. Esto se puede entender como un fenómeno de individualización propio de la modernidad avanzada, en el cual las personas se vuelven cada vez más reflexivas y conscientes de las decisiones que toman como consumidores. Para algunos autores y autoras, la creciente politización y moralización del consumo se relaciona con la globalización y la creación de cadenas de producción más complejas (Ariztía *et al.*, 2009).

Tanto en la comprensión de lo productivo como de las dinámicas de consumo es fundamental problematizar la idea de territorio, en tanto es un concepto clave para entender las resistencias, alternativas y nuevas relaciones socioecológicas construidas desde la agroecología. El territorio y sus procesos de apropiación no son solamente de carácter material, sino también simbólicos (Santos, 2006): estos colectivos representan una forma de imaginar sus propios espacios. El territorio, entonces, conforma una red de relaciones sociales, políticas, culturales y económicas que se dan en un espacio y un tiempo determinados. En él se da vida a conflictos (Fernández, 2005), tensiones y disputas que cargan de sentidos (Wahren y García, 2014), los que, a su vez, permiten (re)crearlo y (re)visualizarlo desde posiciones e imaginarios expresados en el entramado complejo de relaciones de poder. El territorio aparece como una construcción integral que permite una idea síntesis de las múltiples esferas conectadas entre sí que lo componen y dan forma a un espacio apropiado (Haesbaert, 2011; Santos, 2000), como también de las diferentes temporalidades históricas que permiten comprender su devenir. Por ello entendemos que en un mismo territorio se pueden identificar y recrear múltiples territorialidades que operan como espacios de refugio socialmente construidos (Porto-Gonçalves, 2009) en relación, conflicto, tensión o pugna con una comprensión hegemónica del territorio.

El conocimiento de estas dinámicas de apropiación y construcción de nuevos referentes territoriales se hace considerando las diferentes epistemes puestas en valor. En consecuencia, es necesario articular miradas que sobrepasen las limitaciones rígidas de las disciplinas y avancen hacia interpretaciones interdisciplinarias (Díaz, 2015) que pongan en diálogo los diferentes saberes disciplinares modernos con los que provienen de los territorios y sus comunidades.

Bajo nuestra comprensión el territorio es un campo de disputa donde entran en juego las diferentes relaciones de poder, tensiones y conflictos que van modelando las luchas tanto por los territorios como sus propias conformaciones. Esto último, porque se entiende que parte de los resultados de dichas disputas tienen que ver con la configuración de nuevos escenarios territoriales y, por tanto, con los propios contextos de desterritorialización (Fernández, 2005). Se reordenan las correlaciones de fuerzas, aparecen nuevos liderazgos y formas de lucha, se diseñan estrategias de relacionamiento tanto con el Estado como también con los agentes económicos del mercado. Es decir, el mapa imaginado, real y proyectado se ordena con nuevas jerarquías y prioridades.

En dicho escenario de tensión y reconfiguración no solo cambia lo imaginado, sino que eventualmente también se transforma el sistema de apropiación y gestión de las riquezas naturales y de todo aquello que posibilita la reproducción de la vida y de las prácticas agronómicas defendidas por los actores y actoras territoriales. Es decir, en la construcción de las relaciones territoriales en general, pero en las alimentarias en particular, existen diversos procesos de apropiación de aquello que se presenta como constitutivo del territorio. Estos procesos son permanentes y polifacéticos y adquieren una velocidad que está directamente relacionada con las fuerzas que imprimen sus actores y la profundidad de los objetivos que se tracen en su accionar político. Por ello advertimos que procesos como la articulación en red, la recuperación de lo colectivo, la reproducción de la confianza y el avance hacia consumos alimentarios críticos, son dimensiones de la acción y la reflexión alimentaria de las comunidades que van necesitando de los conocimientos, debates y tradiciones que los territorios disponen para estos fines. Es por ello que coexisten procesos de apropiación, re-creación y construcción de estrategias territoriales al mismo tiempo y en un espacio determinado.

En tal dirección, la distinción propuesta por Milton Santos (2000) para comprender las dinámicas territoriales resulta de utilidad para interpretar los actuales movimientos agroecológicos de la región. Por una parte, existe un enorme e histórico ámbito de acción en aquello que se define como territorio usado, bajo el cual la naturaleza y sus fuerzas vivas son dispuestas para sostener relaciones de explotación que buscan garantizar el incremento de las tasas de ganancias y beneficios directos de los operadores económicos hegemónicos. Por otro lado, la comprensión del territorio como un refugio, anticipado en párrafos anteriores, permite explicar aquello que sucede y acontece dentro y fuera de estas relaciones de explotación. Aquí los actores y actoras reconstruyen relaciones con otros, imaginan proyectos colectivos y construyen relaciones de confianza, permitiéndoles pensar proyectos transformadores a escala local. Todas estas dinámicas no son puras ni carentes de conflictos, por el contrario, son dimensiones constitutivas de las acciones de subsistencia y transformadoras de los territorios.

En consecuencia, tanto los procesos de territorialización como los de desterritorialización están constantemente en movimiento y vinculados con las circunstancias históricas en las cuales se habita. Momentos de fuertes irrupciones sociales, como los vividos en la sociedad chilena actualmente, auguran un escenario donde se amplían los campos de lucha territoriales al mismo tiempo que se consolidan proyectos y se obtienen logros políticos que avanzan hacia el fortalecimiento de procesos de cambio. En otros casos, el campo de acción política pública se reduce, como pueden ser los momentos de dictaduras o los gobiernos neoliberales autoritarios, y las luchas territoriales tienden a constituirse en un campo subterráneo, donde su vitalidad está puesta en la propia conformación y consolidación del proyecto interno y sus relaciones inmediatas. En cualquiera de estos escenarios el territorio aparece como un campo de disputa y no como algo dado por la tradición o una supuesta condición esencial de origen. En el caso específico de la cuestión agraria y alimentaria, los territorios están siendo testigos de prácticas de despojo y extractivas, al mismo tiempo que dan forma a salidas y caminos que buscan recuperar la soberanía sobre nuestras riquezas naturales, los saberes asociados y las diversas formas económicas y políticas de construcción de nuevos marcos de reflexión y acción territorial. Comprender entonces el territorio desde una perspectiva de trabajo en red supone entenderlos como el resultado de experiencias discontinuas a nivel espacial pero superpuestas y unidas (Haesbaert, 2011) por lazos de cooperación, historias

comunes de resistencias y opresiones, reproducción de prácticas no deseadas (violencias, machismos, cooptación, utilización política, etc.), conflictos o negociación y formas de estar y ser en el mundo. Por lo tanto, el territorio lo entendemos como algo más que la simple unión de fragmentos diseminados por la historia y el espacio, en tanto resultado del diálogo y el trabajo mancomunado que se traduce en puntos en común y elementos diferenciadores.

Por lo tanto, la idea de territorio propuesta permite pensar nuevas estrategias de vinculación y reapropiación de la naturaleza que movilizan recursos y potencialidades destinados a satisfacer las necesidades, aspiraciones y deseos (Leff, 2005) de comunidades que el modelo capitalista global no ha reclutado. Esa visión sobre el territorio, por lo tanto, se opone al tiempo lineal y externo de la modernidad eurocentrada; en cambio, interpreta el presente como un periodo que se puede expandir hacia infinitas posibilidades, y por su parte entender al como un momento que hay que contraer para así poder cuidarlo (Santos, 2006).

Para que pueda existir un avance en la conformación de territorios autónomos que tomen sus propias decisiones en torno a la gestión de su economía y política, es necesario fortalecer la dimensión colectiva de las organizaciones dedicadas a la producción y comercialización agroecológica. En el caso chileno, esta no es una tarea sencilla. Sobre todo si consideramos que, durante nuestra historia reciente (1973 a la actualidad), lo comunitario fue desterrado de la narrativa política y social, siendo reemplazado por un discurso que sublima los principios de competencia, individualismo y productividad. A pesar de ello, existe una serie de experiencias que han logrado sobrevivir asentadas en el espacio local e inmediato, que reivindican la gestión común de la naturaleza, saberes y prácticas como una virtud y oportunidad de interpretar el entorno desde un nuevo sitio. Todos estos aspectos hoy en día encuentran un escenario más favorable si consideramos los últimos fenómenos acaecidos en nuestro país.

Metodología

La presente investigación se basa en un modelo cualitativo con la aplicación de dos técnicas diferentes: entrevistas individuales en profundidad y observación participativa. Para el caso de la primera se aplicaron, durante junio y septiembre de 2019, un total de veinte entrevistas a dos tipos de informantes: productores o proveedores de CCC de la Región de Valparaíso, por un lado, y consumidores de las mismas experiencias, por el otro. La definición de este tipo de informantes fue tomada considerando el cocimiento previo que se tiene sobre la materia que indica que tanto productores como consumidores son los dos eslabones fundamentales de la implementación de un CCC. En relación al número total de entrevistas la definición de corte se tomó a partir del principio de “saturación” de la información, que en las investigaciones cualitativas opera como un criterio de definición del número total de la muestra. Las entrevistas fueron llevadas a cabo a partir de una pauta de estímulos de conversación, con el fin de conducir el diálogo hacia temas vinculados directamente con el desarrollo de experiencias alternativas de comercialización de alimentos. Esta pauta estuvo ordenada según módulos temáticos que eran abordados por medio de estímulos de conversación. Los módulos podían funcionar de manera independiente entre sí, respetando con ello la fluidez y la particularidad de la conversación sostenida con cada una de las personas entrevistadas. Para el caso de los productores la pauta contempló los siguientes temas: conocimiento de la

experiencia, historicidades de la trayectoria productiva, arraigo de la práctica agrícola, estrategia de comercialización utilizada y principales cambios y/o adaptaciones, relación con el Estado e instituciones del tercer sector, procesos de certificación y niveles de asociatividad. Para el caso de los consumidores, la pauta propuso los siguientes temas: perfil del consumidor, características, modalidades y proyecciones de futuro sobre la comercialización de alimentos utilizados, valoración del trabajo colectivo, procesos de cambio en las pautas de consumo, imaginarios proyectados, obstáculos, potencialidades y debilidades y valoración del papel del Estado.

Por su parte, la observación participativa se tradujo en un proceso de trabajo y vinculación con estas experiencias, dado por investigaciones anteriores y, a la vez, proyectadas hacia el futuro con nuevas instancias de recogida de datos. En una primera etapa esta técnica permitió conocer las características, desafíos y límites de las experiencias, entendiendo que muchas de ellas son de corta vida, por lo que sus instancias internas —ya sean organizacionales como de definiciones— son valoradas y debatidas permanentemente (Saravia, 2020). Esto tuvo momentos específicos de aplicación en diversas reuniones, asambleas y talleres desarrollados durante los meses de julio de 2018 a septiembre de 2019. El trabajo conjunto con los colectivos ha permitido vislumbrar una idea cabal de sus procesos de desarrollo, ajustando muchas veces los objetivos y criterios de investigación a las diferentes fases que viven.

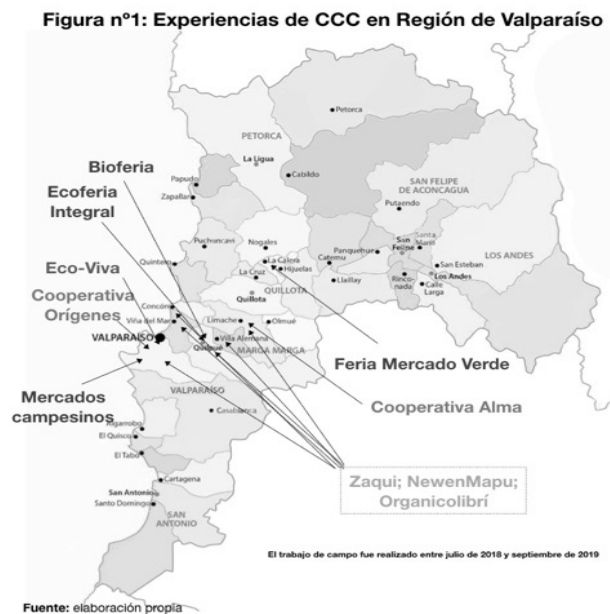
Las instancias que formaron parte de esta investigación y desde donde surgen tanto las entrevistas como los ejercicios de observación son las ferias públicas autogestionadas y con apoyo estatal: Eco Viva, Ecoferia Integral de Quilpué, Bioferia de Quilpué, Feria Mercado Verde en Calera y Mercados Campesinos plaza Bismark y Esmeralda; las cooperativas de consumo Alma y Orígenes, y las plataformas digitales de distribución de alimentos Zaqui, NewenMapu y Organicolibri.¹

La ubicación espacial-administrativa de estas experiencias se puede observar en Figura 1. La elección de experiencias estuvo dada por el marco espacial seleccionado en esta ocasión, es decir, experiencias que estuvieran asentadas en la Región de Valparaíso. Dicho trabajo comenzó con un mapeo general de experiencias de economía social y solidaria de la región, desarrollada en trabajos anteriores (Saravia *et al.*, 2018; Carroza *et al.*, 2019; Cid *et al.*, 2019), a partir del cual se reconocieron colectivos que trabajaran en la temática de la alimentación y la producción agroecológica. Con ese mapa de origen identificamos experiencias que correspondían a la definición de CCC propuesta, lo que nos llevó a la identificación de tres modalidades: ferias públicas, cooperativas de consumo y plataformas digitales.²

1 Un análisis más detallado sobre las características y proyecciones comunes como de relación con el Estado y la política pública de estas experiencias se puede encontrar en Saravia (2020).

2 Como parte de las consecuencias virtuosas del proceso inaugurado en octubre de 2019, brotaron en la región, como en el resto del país, una serie de otras experiencias y colectivos que podrían ser parte de dicha clasificación, sobre todo aquellas que hacen referencia a los formatos de abastecimiento alimentario. Sin embargo, no se incluyen en este análisis ya que el trabajo de campo desde donde nace la información aquí presentada fue implementado con anterioridad a dicho proceso.

Figura 1. Experiencias de CCC en Región de Valparaíso
Figure 1. CCC experiences Valparaíso Region



Fuente: elaboración propia. Source: own elaboration.

En relación a las denominadas ferias públicas, el origen de la primera de ellas se extiende a 2011 (Eco-Viva). Posteriormente un grupo de las ferias señaladas (Ecoferia Integral, Bioferia, Feria Orgánica La Palma y Feria Mercado Verde) se fueron organizando e instalando en diferentes comunas de la región. A partir de 2018 se inicia la instalación de ferias públicas con apoyo estatal por medio de los llamados “Mercados Campesinos”, donde se incluyen las experiencias de plaza Bismark y Esmeralda. En cuanto a las cooperativas de consumo, una de las experiencias incluidas en el estudio (que eran a la fecha del trabajo de campo las dos existentes en la región) surge en Valparaíso en 2018 (Orígenes, actualmente con sus funciones detenidas) y la otra (Alma) en la comuna de Limache en mayo de 2017. Actualmente esta cooperativa sigue en funcionamiento y agrupa alrededor de treinta familias consumidoras, de las cuales muchas de ellas también son productoras de los alimentos que comercializan. Por último, en relación con las denominadas plataformas digitales de distribución de alimentos las diferentes experiencias referidas tienen distintos orígenes y temporalidades: Zaqui nace en 2013, un año después NewenMapu y posteriormente surge Organicolibri.

Estos colectivos organizan su trabajo en torno a los principios de los CCC, expuestos en el apartado anterior, favoreciendo la producción local y de tipo orgánica o agroecológica. Como se observa en la Figura 1, todas estas experiencias se ubican en diferentes comunas de la Región de Valparaíso, Chile, y dependiendo de su modalidad de comercialización extienden su radio de acción hacia otras comunas o provincias, como es el caso de las plataformas digitales que declaran realizar repartos a diferentes comunas de la Región Metropolitana. Todas ellas se expresan en diferentes formatos organizacionales, tienen diversos tamaños, modelos de trabajo y recorridos históricos (Saravia, 2020), lo que hace de estas experiencias un mosaico interesante de respuestas al modelo convencional de comercialización alimentaria,

fundamentalmente determinado por el supermercadismo y las grandes centrales de distribución alimentaria.

Por último, en relación a la estrategia de análisis utilizada se realizó un análisis de contenido por medio del programa ATLAS.ti, que permitió la identificación de dimensiones y familias relevantes, las que luego fueron interpretadas a la luz del conocimiento previo acumulado como en relación al marco teórico propuesto. Ello permitió identificar una serie de consensos y disensos en los discursos que posibilitó matizar y ordenar la información recolectada.

Resultados

Sobre los principios rectores de la producción y la comercialización agroecológica

Uno de los fundamentos que aparece con un consenso más sólido en los discursos de los entrevistados es el de la *confianza*. Es un lugar común en varias experiencias de producción y comercialización agroecológica, expresado en una polifuncionalidad relevante. Por una parte, funciona como una especie de certificadora de la calidad del producto por consumir. Aquello que en el sistema convencional de autenticación mediado de forma externa se materializa en un sello, en estos casos, se fija en un vínculo de conocimiento mutuo que se nutre en el tiempo y permite ajustar expectativas, consolidar lazos y construir redes de apoyo y trabajo conjunto.

La confianza, por lo tanto, opera como una herramienta que posibilita la corresponsabilidad de procesos tanto productivos como de consumo. Se trata de la construcción de un vínculo directo entre productores y consumidores, donde los primeros saben lo que esperan de los segundos y estos últimos acumulan conocimiento acerca de las condiciones de producción y sus implicancias en contextos muchas veces poco favorables como, por ejemplo, territorios con escasez hídrica o fuertemente impactados por los efectos negativos del agronegocio.

Sus limitaciones, como gran articuladora de lazos, tienen relación con los deslindes impuestos por la política pública sobre la comercialización de elaboración orgánica fuera de las fronteras nacionales. Efectivamente, si es el criterio principal de certificación, este tipo de producción no puede acceder a mercados internacionales. En cualquier caso, hay que considerar que muchos de estos productores no buscan participar de esos canales. Algunos, porque no tienen condiciones productivas debido a sus pequeñas extensiones de tierra con volúmenes menores, variedades más frágiles al comercio externo, carencia de una red de comercialización a esa escala con términos económicos favorables, etc. Y otros no se lo plantean como horizonte comercial por razones políticas. Al contrario, sus principios políticos implican valorar la producción local y su comercialización en mercados cercanos, además de favorecer la producción estacional. Es decir, principios cercanos a los de la soberanía alimentaria, entendida como una estrategia que permite recuperar el control sobre la producción de alimentos a una escala local.

Otro principio presente en los discursos, aunque con aristas no siempre consensuadas dentro de los mismos, es la idea de lo *colectivo*. Quienes reflexionan sobre este aspecto desde una perspectiva positiva advierten que se trata de una estrategia que permitiría enfrentarse a un enemigo “común y poderoso”, encarnado en el agronegocio:

Creo de corazón que la forma de llevar a cabo estos proyectos [...] es a través de cooperativas [...] o el funcionamiento de otro tipo de organizaciones, que la gente se una para poder potenciar sus pequeños proyectos, estamos luchando contra un supermercado, una cosa grande. (Entrevista n° 7)

La recuperación de lo colectivo es una preocupación constante en las experiencias agroecológicas, y ha sido documentada en trabajos anteriores (Saravia, 2012). En tales experiencias se vincula a la comercialización de alimentos, como se señala en la cita anterior, además de traducirse como la capacidad de “alcanzar acuerdos” con un otro cercano pero diferente. En este sentido, habría que precisar que los últimos acontecimientos ocurridos en Chile a partir de octubre de 2019 —pues debemos considerar que la recolección de datos fue realizada con anterioridad al denominado Estallido Social— propician un futuro donde la recuperación y articulación de lo colectivo cobra aún mayor vigencia tanto en el ámbito alimentario como en otros aspectos de la vida social y cultural de nuestro país.

El análisis de los discursos también muestra diferencias entre sí. Por una parte, está presente la idea de que las iniciativas colectivas permiten consolidar una estrategia comercial que asegura mejores precios, tanto para el productor como para el consumidor. Negociar de manera conjunta los términos de referencia comercial garantiza mejores condiciones. Por la otra, se observa una lectura crítica donde lo colectivo aparece como obstáculo que entrapa el desarrollo de las experiencias. Específicamente, en lo que respecta a los procesos de toma de decisiones en el marco de modelos democráticos más amplios y no solamente representativos, o cuando se trata de organizar instancias de comercialización con grupos con necesidades y expectativas diferentes. A esto se suma un factor transversal en las organizaciones de cualquier tipo: el bajo nivel de participación de las personas.

Un tercer principio es la noción de *consumo*. En general los discursos se organizan en torno a perspectivas críticas, donde la adquisición consciente es vista como una oportunidad para un cambio integral en la vida de las personas. No se reduce al mero acto de compra de un bien o servicio determinado, sino que es una forma de interpretar las relaciones productivas dadas en un territorio y un modo de vincularse con otros. En definitiva, se plantea como una postura política antisistémica amplia:

Bueno, yo creo que hay toda una bronca antimodelo y, en ese escenario, es donde uno se mueve con más ganas a propósito de los conocimientos que va adquiriendo sobre de los procesos productivos, [...] entonces en ese contexto nos interesa más el emporio, el local que se comunica uno a uno. (Entrevista n° 13)

Desde el ámbito del consumo alimentario, esta posición crítica se expresa en dos deseos transformadores. El primero es recuperar el *consumo estacional* de alimentos, es decir, aquello que se produce en un tiempo y un territorio determinados y en condiciones naturales no manipuladas o construidas artificialmente. Así se garantiza un vínculo más estrecho entre los procesos productivos y las prácticas de consumo, lo que a su vez permite cuidar mejor los equilibrios medioambientales, fortalecer las economías locales y recuperar prácticas agrícolas

inferiorizadas por la agroindustria. Además, posibilita el incremento de agrobiodiversidad, ya que los productores se ven obligados a ampliar la variedad de alimentos durante todo el año, sin la presencia y apoyo de “comodines” perpetuos. El aumento en la diversidad y estacionalidad alimentaria tiene efectos positivos para los sistemas productivos, los que mediante prácticas como la rotación de cultivos evitan el uso de insumos externos.

La segunda aspiración transformadora es la reducción al máximo de la figura del intermediario. Múltiples estudios (Sevilla, 2012; Mauleon, 2001; Montagut y Vivas, 2007) indican que la presencia de uno o más intermediarios tiene un efecto directo de incremento sobre el precio final de un alimento. Además, el modelo convencional de comercialización alimentaria — donde esta figura es determinante y cobra forma en el supermercado o grandes centros de acopio — propicia relaciones comerciales injustas con los productores/proveedores, pues los intermediarios controlan el precio mediante la compra de volúmenes importantes o, en ocasiones, producciones completas a pequeños o medianos productores. Por un lado, estos ven resuelta la comercialización de sus alimentos; pero, por el otro, se quedan sin margen de negociación sobre el valor de los mismos. Además de operar como mecanismo de control, este modelo de comercio persigue la obtención de mejores beneficios para el agente intermediario. Esto no necesariamente significa mejores precios o condiciones para los productores y, consecuentemente, también los consumidores.

En la medida que se vayan consolidando espacios como los nuestros por un lado [...] y otras cooperativas que están pensando y trabajando, y un movimiento ciudadano como el que se está creando aquí en Valparaíso [...] van ayudar a construir [...] a concientizar, a educar un poco. (Entrevista n° 16)

Por lo tanto, estas experiencias de CCC proponen alternativas más equilibradas, justas e integrales que suponen transformación en las prácticas de producción y consumo de comida, junto con revelarse como una realidad económica y social capaz de construir otras relaciones territoriales.

Sobre los procesos de transición que enfrentan estas experiencias

Las instancias de transformación que hoy se viven en los territorios son construidas sobre la base de una serie de condiciones que posibilitan el establecimiento de una nueva relación entre producción y consumo. De parte de los agentes productivos dicha transición ha sido posible, en muchos casos, por las capacidades/saberes que este sector pone a disposición, tales como: fuerza de trabajo, conocimientos, tierra, medios de producción y redes en diferentes niveles de desarrollo. Son procesos entendidos como dinámicos, sujetos a permanente cambios; conflictivos, que suponen contradicciones tanto en su seno como en relación con los territorios; no son lineales, pues a veces se avanza, otras se retrocede y, en otros contextos, se estanca; son espurios, donde la teoría se va alimentando constantemente de una práctica creadora; y largos en el tiempo, no son inmediatos.

A partir de los discursos y de los ejercicios de observación, se aprecia que las prácticas asociadas a estas experiencias suponen una ruptura respecto de lo establecido. Desde el punto de

vista del consumidor, se trata de cambiar las prioridades y formatos de hábitos de consumo convencionales, como permanente disponibilidad, acceso inmediato y alimentos a menor precio —pero generalmente de menor calidad— hacia uno crítico y extendido que abarca casi todos los ámbitos de la vida cotidiana.

Nunca más fui a un supermercado, nunca más [...]; y ha sido algo tan poderoso para mí, me siento tan empoderada, digo no tengo por qué ir a comprar, no tengo por qué hacer millonaria a estas grandes cadenas, a estos grandes productores. (Entrevista n° 17)

Desde la perspectiva de la producción surge la posibilidad de democratizar las decisiones sobre qué producir, para ponerlas en diálogo con las necesidades de los consumidores y consumidoras y el territorio. El desafío es resolver los mecanismos concretos por los cuales este diálogo puede llegar a ser posible, embarcándose en procesos de transición productiva hacia la agroecología, a partir de un reconocimiento al patrimonio y la memoria del mundo rural.

Tanto los discursos como los ejercicios de observación evidencian instancias de conversión hacia un tipo de consumo más consciente. Dicha transición pasa por reconocer los impactos negativos de la creación y comercialización convencional, junto con incrementar los niveles de información sobre la alimentación y los diversos circuitos de comercialización que trabajan desde la agroecología y que están presentes en los territorios.

La gente que consume es la que te pide a ti, es la que pregunta [...] ¿de dónde vienen?, ¿qué tiene químicos y que no?, y eso le da un plus [...]. Entonces, eso hace que el mercado vaya cambiando y uno tiene que adaptarse; y si uno come sano, debe producir sano. (Entrevista n° 18)

Paralelamente, se conforma un perfil político que valora la salud y lo sano como un aspecto central de sus prácticas de consumo. Además, se trata de personas que aprecian el medioambiente y su cuidado, por lo que mantienen una visión crítica de los procesos económicos extractivos, en cuanto responsables de efectos nocivos en la alimentación y su relación con los lugares habitados.

Los consumidores más politizados se reconocen en una trayectoria de participación política y territorial, y esto los vuelve más propicios para el establecimiento de marcos de acción colectiva. No obstante, al contar con mayor información, son más exigentes respecto de los alcances políticos que estas experiencias trazan. Conocen los efectos generados por el modelo de la agroindustria y así nace la necesidad de transformar sus hábitos de consumo por prácticas que minimicen los impactos negativos del comercio convencional. El consumo se constituye como un posicionamiento político, donde las prácticas subjetivas son expresiones concretas en el entorno inmediato. En términos de sus características más descriptivas, son mayoritariamente consumidores jóvenes dispuestos al cambio, que valoran la alimentación estacional, con sensibilidades hacia el vegetarianismo o veganismo y que pertenecen a capas medias de profesionales.

Por último, las proyecciones que se abren del debate sobre este tema tienen que ver con generar mejores y mayores oportunidades de acercamiento y vínculo con la producción; superar las dificultades en el acceso a ciertos alimentos como frutas y lácteos, entre otros; y ampliar y diversificar los tipos de productos comercializados en estos circuitos, hacia todos los ámbitos de la vida cotidiana de las personas, traspasando las fronteras de lo alimentario.

Discusión

La recuperación de lo colectivo es una preocupación constante en las experiencias agroecológicas y ha sido documentada en trabajo anteriores (Saravia, 2012). Aquí la comercialización de alimentos es traducida como la capacidad de “alcanzar acuerdos” basados en la confianza con un otro cercano pero diferente, como es el caso del consumidor urbano. Este suele ser un proceso que no está exento de conflictos y tensiones, que ponen en evidencia los diferentes puntos de vistas y perspectivas de cada uno de los actores. Por lo tanto, estas prácticas no tan solo reproducen una forma de gestionar colectivamente nuestros alimentos, sino que se posicionan como estrategias para la construcción de nuevas relaciones territoriales basadas en la confianza y la reciprocidad.

Además de las complejidades internas para sostener procesos colectivos se debe tener en cuenta el contexto general, determinado por un modelo de sociedad que privilegia la gestión individual de las necesidades y que favorece la competitividad. Por esto último, la formación de iniciativas basadas en lo grupal, como las cooperativas, tienen enormes dificultades para su tramitación jurídica, bancaria y administrativa, mientras que el “emprendimiento” individual se propone como la gran salida al estancamiento económico o al deseo de ruptura con una relación salarial.

Generar cooperativas agroecológicas de agricultores y cooperativas de consumo, es decir, lo que se busca a través de la agroecología, es finalmente saltarse todo este sistema de competir con los otros precios y vincular directamente el consumo con la producción, pero lograr eso es difícil, asociar primero a las personas ya es algo que toma años, asociar a agricultores ya otro cuento aún más complicado incluso. (Entrevista n° 19)

Por ello, lo colectivo hoy es un campo de disputa política que debe enfrentar el pesado legado del neoliberalismo. No obstante, la ilusión proyectada en las nuevas instancias sociopolíticas que se han ido articulando desde el 18 de octubre de 2019, advierte la necesidad de volver a confiar en la potencia del “ponerse de acuerdo” en pro de un objetivo común y compartido.

En estos momentos de transición y de cambio de las comprensiones sobre cómo resolver la cuestión alimentaria, es necesario un doble giro. El primero es de orden agroproductivo, donde es preciso avanzar en el reconocimiento, recuperación y legitimación de prácticas agrícolas tradicionales, muchas de ellas sintetizadas por la agroecología y, a la vez, presentes por generaciones, como el cuidado de la semilla, el uso de controles biológicos de plagas, la rotación de cultivo, entre otros. Paralelamente se requiere desmontar el conocimiento de la educación formal recibida por los jóvenes profesionales del agro en universidades, colegios

técnicos, cursos y talleres, transitando hacia uno híbrido que aúne los avances tecnológicos y científicos con el saber tradicional campesino.

Ya basta de producir vendedores de químicos porque los agrónomos salen y se saben al pie derecho tal o cual químico para tal plaga en vez de decir “oye no sabes que en vez de tal químico porque no te haces un bioinsumo a partir de ortiga o con hojas de ajo, cebolla o romero o matico”, productos naturales que son los que nuestros antepasados utilizaban. [...] Tenemos que retroceder en el tiempo y no menoscabar lo que nuestros ancestros hacían, eso es lo que se debería hacer. (Entrevista n° 4)

Es, finalmente, la creación de un conocimiento transmoderno (Dussel, 2001) lo que permite independizar a los productores del modelo convencional, junto con otorgar un lugar a las nuevas generaciones dentro de las propias unidades productivas, que en muchas ocasiones son familiares. Ciertamente, este es un proceso recuperativo, a la vez que co-creativo y legitimador de lo inferiorizado, proyectándose por medio de una acción liberadora.

El segundo giro tiene que ver con el papel del comprador en el ciclo completo del abastecimiento alimentario. Se hace necesario transitar progresivamente desde un tipo de *consumidor indiferente*, definidos como aquellos que realizan una cantidad menor de ejercicios transformadores (Ariztía *et al.*, 2009); o uno *despolitizado*, quien no tiene un sentido crítico y se concentra, fundamentalmente, en el servicio (Saravia, 2020), hacia unos *comprometidos o responsables*,³ entendidos como aquellos que son críticos del modelo y que entienden el consumo como un acto reflexivo e informado (Ariztía *et al.*, 2009); o uno *politizado*, que está más documentado e instruido sobre el sistema alimentario global y suele promover un vínculo más equilibrado con sus entornos (Saravia, 2020). Este último tipo es el que persigue un horizonte transformador por medio de acciones colectivas territoriales. Este giro en el consumo es un proceso progresivo en el tiempo y que suele ser impactado por las condiciones inmediatas de vida de las personas y las de tipo contextual.

Conclusiones

Tanto los principios como las dimensiones e instancias identificadas remiten a la necesidad de formar mercados alternativos, que reproduzcan dinámicas más horizontales y basadas en la reciprocidad, la vinculación directa con los territorios locales y la articulación entre involucrados. Busca un desplazamiento, desde la lógica de la competencia y obtención de mejores compras y ventas individuales hacia una ética política y económica, donde el beneficio es resultado de una relación solidaria y colectiva de diferentes formatos e intensidades entre productores, consumidores y actores periféricos de acompañamiento. Es decir, transitar desde

3 Existe un largo listado de otras formas de nombrar a este grupo de personas, tales como consumo consciente, consumo solidario, sustentable, consumo colaborativo o consumo inteligente (Linders, 2014).

el intercambio monetario clásico hacia impactos positivos en la calidad de vida y la salud de las personas, a partir del consumo de alimentos de calidad y producidos bajo una lógica no depredadora del entorno.

La consolidación de un mercado y una práctica de consumo responsable con el medio y consciente de los impactos del agronegocio es un proceso que depende de variables que permitan un ajuste cada vez más fino entre las expectativas y necesidades de los consumidores y consumidoras, la mantención de los equilibrios económicos internos de los proyectos y la consolidación de una relación sólida entre todas y todos los participantes.

Existen, empero, condiciones externas, modeladas por el sistema de distribución convencional. Aquí juega un papel relevante la influencia del modelo supermercadista en nuestras vidas. Esta industria se ha ido consolidando a partir de fuertes campañas publicitarias que buscan internalizar, desde edades tempranas, prácticas alimentarias donde los alimentos ultraprocesados y el supermercado son la plataforma desde la cual establecemos nuestra relación con la comida. Otra de las limitaciones externas para estos mercados locales y próximos tiene directa relación con la dispersión geográfica de los centros urbanos, ubicados en sectores que no siempre cuentan con economías productoras de alimentos próximas. Los esfuerzos en logística y organización, por tanto, deben incrementarse. En ocasiones, no pueden ser asumidos por estas experiencias alternas que ya tienen enormes dificultades que sortear.

Desde el punto de vista de las limitaciones de la investigación propiamente tal, una tiene que ver con la relativa desactualización de la fisonomía de las experiencias considerando el rápido y radical cambio acontecido luego de octubre de 2019. En esta misma dirección advertir que las experiencias son muy dinámicas y sufren procesos de cambio a un ritmo vertiginoso, donde la investigación no siempre es capaz de contener en su definición e implementación. Por último y por tratarse de una práctica relativamente nueva en la región, no existen referentes con largas trayectorias, como tampoco una gran cantidad de organizaciones de este tipo. Esto último hace prácticamente inviable ejercicios comparados y comparables con colectivos de larga data fuera de nuestras fronteras (como por ejemplo el MST brasileño o el MOCASE argentino), lo que supondría un enriquecimiento del análisis y las proyecciones del tema de investigación.

Las proyecciones imaginadas por los actores y actoras, sin embargo, cuentan con la ventaja de un esperado aumento y diversificación de estas prácticas productivas y comerciales, las que, sin duda, son propiciadas por la democratización y extensión de conocimiento en torno a los impactos de uno y otro modelo. Tanto un productor como un consumidor informado dan prenda de garantía de un futuro de crecimiento de la agroecología y el consumo alimentario crítico. Tales procesos, sumados a las actuales condiciones políticas en movimiento en Chile, proyectan la necesidad de continuar estudiando estos fenómenos en dirección a ver cómo se reordenan en la actual contingencia, con la posibilidad de que tanto la agroecología como la soberanía alimentaria sean considerados en el nuevo marco constitucional y cómo estas experiencias están avanzando en sus procesos de articulación territorial y de diálogo con otros referentes nacionales e internacionales.

*El presente artículo cuenta con las siguientes fuentes de financiamiento: Fondecyt de Iniciación N° 11170232 “Miradas y proyecciones sobre los canales cortos de comercialización que utilizan las experiencias agroecológicas. Una construcción desde los productores y consumidores de la V Región”, Universidad de Playa Ancha, Valparaíso, Chile, (2017-2019) y Fondecyt Regular N° 1190020 “Comunalización y heterogeneidades económicas: espacios de diálogo en torno a casos en el centro-sur de Chile”, Universidad de Playa Ancha, Valparaíso, Chile (2018-2022).

Bibliografía

- Aristía, T.; Melero, JM. y Montero, MJ. (2009). “Un nuevo consumidor chileno: de los derechos a las responsabilidades”. En Fuentes, C. (ed.). *Chile 2009. Percepciones y actitudes sociales*. Santiago de Chile, Universidad Diego Portales: 103-112.
- ASACH (2020). “Estadísticas”. *Supermercados de Chile A.G.* En <http://www.supermercadosdechile.cl/estadisticas/> (consultado 10/01/2022).
- Calle, A.; Gallar, D. y Candón, J. (2013). “Agroecología política: la transición social hacia sistemas agroalimentarios sustentables”. *Revista de Economía Crítica* 16: 244-277.
- Carroza, N.; Saravia, P.; Cid, B.; Vega, D. y Astroza, G. (2019). “Diversidades económicas en la región de Valparaíso-Chile: hacia la comprensión de ‘otras’ formas posibles de desarrollo territorial”. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional* 15: 109-127.
- Cid, B.; Saravia, P.; Letelier, E.; Sandoval, D.; Vanhulst, J. y Carroza, N. (2019). “Discursos de diversidad económica en el centro-sur de Chile: definiciones en disputa en torno a la economía social, solidaria y autogestionaria”. *Revista Miriada. Investigación en Ciencias Sociales* 15: 185-207.
- Díaz, JG. (2015). “Economías solidarias y territorio: hacia un análisis desde la complejidad”. *Revista Otra Economía* 17: 123-135.
- Dussel, E. (2001). *Hacia una filosofía política crítica*. Bilbao, Desclée de Brouwer.
- _____. (1996). *Filosofía de la liberación*. Bogotá, Nueva América.
- Fernández, B. (2005). “Movimentos socioterritoriais e movimentos socioespaciais”. *Revista OSAL* 6(16): 273-283.
- FIA (2017). *Canales de comercialización alternativos para el desarrollo del mercado nacional de productos agrícolas orgánicos*. Santiago de Chile, Fundación para la Innovación Agraria.
- Haesbaert, R. (2011). *El mito de la desterritorialización: del “fin de los territorios” a la multiterritorialidad*. Ciudad de México, Siglo XXI.
- Leff, E. (2005). “La geopolítica de la biodiversidad y el desarrollo sustentable: economización del mundo, racionalidad ambiental y reapropiación social de la naturaleza”. *Revista OSAL* 6(17): 263-273.

- Linders, H. (2014). “Consumo ético, consumo saludable: ¿existe un nuevo consumidor en América Latina?”. En ONU. *Agricultura familiar y circuitos cortos: nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición*. Santiago de Chile, ONU: 57-62.
- Mauleon, J. (2001). “Los canales cortos de comercialización alimentaria como alternativa de los pequeños agricultores ante la globalización: el caso español”. En *Actas del XXIII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología*. Ciudad de Guatemala, ALAS: 218-235.
- Montagut, X. y Vivas, E. (2007). *Supermercados, no gracias: grandes cadenas de distribución: impactos y alternativas*. Barcelona, Icaria.
- Mundaca, R. (2014). *La privatización en las aguas en Chile. Causas y resistencias*. Santiago de Chile, América en Movimiento.
- Porto-Gonçalves, C. (2009). “De Saberes y de Territorios: diversidad y emancipación a partir de la experiencia latinoamericana”. *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana* 22: 121-136.
- Rodríguez, V.; Sanz-Cañada, J. y García, T. (2017). “Canales Cortos de Comercialización en Panamá: factores condicionantes de las iniciativas promotoras”. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional* 27(50): 18-37.
- Santos, B. de S. (2013). *Descolonizar el saber, reinventar el poder*. Santiago de Chile, LOM.
- _____. (2006). *Renovar la teoría crítica y reinventar la emancipación social (encuentros en Buenos Aires)*. Buenos Aires, CLACSO.
- Santos, M. (2000). *La naturaleza del espacio. Técnica y tiempo. Razón y emoción*. Barcelona, Ariel.
- Saravia, P. (2020). “Circuitos Cortos de Comercialización alimentaria: Análisis de experiencias de la Región de Valparaíso, Chile.” *Revista Psicoperspectivas* 19(2): 1-12.
- _____. (2012). *Una mirada a dos experiencias de cooperativas agroecológicas: los recorridos y discontinuidades de La Acequia y Hortigas*. Tesis doctoral. Granada, Universidad de Granada.
- Saravia, P.; Carroza, N. y Cid, B. (2018). “Heterogeneidades económicas en territorios de la Región de Valparaíso-Chile: aproximaciones y emergencias de ‘otras’ formas económicas”. *Revista Población y Sociedad* 25: 103-131.
- Schneider, S. y Luiz, D. (2015). “Cadeias curtas, cooperação e produtos de qualidade na agricultura familiar – o processo de realocização da produção agroalimentar em Santa Catarina”. *Organizações Rurais & Agroindustriais* 17(1): 56-71.
- Scott, J. (2003). *Los dominados y el arte de la resistencia: discursos ocultos*. Ciudad de México, Era.
- Sevilla, E. (2012). *Canales cortos de comercialización alimentaria en Andalucía*. Sevilla, Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces, Consejería de la Presidencia e Igualdad y Junta de Andalucía.

Villela, H. (2019). *Saqueo y exterminio de la clase campesina chilena. La contra reforma agraria del régimen cívico y militar, 1973-1976*. Santiago de Chile, LOM.

Wahren, J. y García, L. (2014). “Campesinado, territorios en disputa y nuevas estrategias de comercialización de la producción campesina en Argentina”. *Veredas. Revista del Pensamiento Sociológico* 28: 297-342.