

La paradoja de la calidad. Alimentos mexicanos en América del Norte

Kirsten Appendini y Guadalupe Rodríguez Gómez
Coordinadoras



EL COLEGIO DE MÉXICO

LA PARADOJA DE LA CALIDAD.
ALIMENTOS MEXICANOS EN AMÉRICA DEL NORTE

PROGRAMA INTERINSTITUCIONAL DE ESTUDIOS
SOBRE LA REGIÓN DE AMÉRICA DEL NORTE
CENTRO DE ESTUDIOS DEMÓGRAFICOS, URBANOS Y AMBIENTALES

LA PARADOJA DE LA CALIDAD.
ALIMENTOS MEXICANOS EN AMÉRICA DEL NORTE

Kirsten Appendini y Guadalupe Rodríguez Gómez
coordinadoras



EL COLEGIO DE MÉXICO

363.8097

P2224

La paradoja de la calidad : alimentos mexicanos en América del Norte / Kirsten Appendini y Guadalupe Rodríguez Gómez, coordinadoras -- 1a. ed. -- México, D.F. : El Colegio de México, Centro de Estudios Demográficos, Urbanos y Ambientales : Programa Interinstitucional de Estudios sobre la Región de América del Norte, 2012.

276 p. ; 22 cm

Incluye bibliografía

ISBN 978-607-462-339-0

1. Seguridad alimentaria -- Aspectos sociales -- América del Norte.
2. Alimentos -- Industria y comercio -- Aspectos sociales -- América del Norte. 3. Abastecimiento de alimentos -- Aspectos sociales -- América del Norte. I. Appendini, Kirsten A. de, coord. II. Rodríguez Gómez, Guadalupe, coord.

Primera edición, 2012

DR © EL COLEGIO DE MÉXICO, A.C.

Camino al Ajusco 20

Pedregal de Santa Teresa

10740 México, D.F.

www.colmex.mx

ISBN 978-607-462-339-0

Impreso en México

ÍNDICE

Agradecimientos	9
Presentación, <i>Kirsten Appendini y Guadalupe Rodríguez Gómez</i>	11
1. La calidad en los sistemas agroalimentarios en América del Norte, <i>Guadalupe Rodríguez Gómez</i>	19
2. La seguridad alimentaria en el contexto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, <i>Kirsten Appendini Amber McNair y Lois Stanford</i>	49
3. La integración regional de la cadena maíz-tortilla, <i>Kirsten Appendini</i>	79
4. La globalización del aguacate: transformación e integración de las industrias del aguacate de México y Estados Unidos, <i>Lois Stanford</i>	111
5. La nueva normatividad agrícola y la paradoja de la calidad: un estudio de caso de Michoacán, <i>Amber McNair</i>	143
6. Supermercados, tiendas “de conveniencia” y de abarrotes: ¿reto o nicho de oportunidad para los quesos tradicionales?, <i>Guadalupe Rodríguez Gómez</i>	173
7. Vuelta a lo nuestro: los quesos artesanales, <i>Guadalupe Rodríguez Gómez</i>	203
8. Construcción de y debate sobre la calidad del quesillo artesanal oaxaqueño en Los Ángeles, California, <i>Maximino Matus Ruiz</i>	229
9. Estrategias alimentarias alternativas en la ciudad de Toronto, <i>Amber McNair</i>	255

AGRADECIMIENTOS

Los trabajos presentados en este libro son resultado de investigaciones realizadas por las autoras dentro del proyecto *Los sistemas agroalimentarios en la América del Norte Globalizada: Seguridad alimentaria y calidad de los alimentos* que fue financiado por el Programa Interinstitucional de Estudios sobre la Región de América del Norte (PIERAN), cuya coordinación tiene su sede en El Colegio de México.

Participaron en el proyecto Kirsten Appendini, El Colegio de México (coordinadora del proyecto); Guadalupe Rodríguez Gómez, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores de Antropología Social (CIESAS-Occidente); Lois Stanford, Departamento de Sociología y Antropología, New Mexico State University; Amber McNair, candidata Ph.D., Departamento de Sociología, Universidad de Toronto. Se invitó a Maximino Matus a que contribuyera al presente libro con un capítulo resultado de su investigación de tesis de doctorado en Sociología en la Universidad de Wageningen, Holanda.

Agradecemos al PIERAN el apoyo financiero, y a la Dra. Blanca Torres por el valioso apoyo logístico que nos brindó a lo largo del proyecto. También agradecemos a nuestras instituciones respectivas que nos facilitaron la realización de la investigación.

PRESENTACIÓN

El tema de los alimentos (*food studies*)¹ es poco discutido en México. Los estudios relacionados con ellos en nuestro país suelen no transgredir los límites de cada disciplina de las ciencias sociales. Por ejemplo, los análisis de la seguridad alimentaria se han limitado más bien a la política pública y —en una perspectiva crítica— a la política agropecuaria o a los aspectos relacionados con la nutrición. Se carece de una visión amplia que integre el análisis de la seguridad alimentaria con la calidad y, como veremos en esta obra, los acelerados cambios en los sistemas agroalimentarios a nivel global. En los estudios referentes a sistemas agroalimentarios, se ha dejado prácticamente de lado la investigación sobre las especificidades que conllevan los procesos homogeneizantes del comercio mundial, desde la perspectiva de la calidad, una preocupación creciente en el marco de la discusión internacional. También se ha ignorado la impronta de las normatividades internacionales y los crecientes efectos de las instancias certificadoras sobre los sistemas agroalimentarios en México, quizá con excepción de algunos trabajos en torno a la agricultura de exportación y a la orgánica. Se ha prestado poca atención al estudio de procesos de abasto y consumo de alimentos alternativos, así como a los cambios en los significados de los alimentos y la alimentación. También faltan análisis sistemáticos sobre la articulación de los sistemas agroalimentarios entre los tres socios comerciales del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). Finalmente, es incipiente el estudio de la reconfiguración de las políticas públicas en relación con a la seguridad alimentaria en México en el contexto del mercado trinacional.

Sin pretender ser exhaustivo en la revisión de dichos temas, este libro se propone abrir un espacio para el debate en México acerca de los alimen-

¹ El término *food studies* se refiere a un campo interdisciplinario emergente en el que se enfoca el análisis de los alimentos más allá del estudio de su producción, consumo, salud, apreciación estética, etc. y se intenta comprender el significado de los alimentos como parte de la condición humana; por ejemplo, en relación con el ambiente, la política, la historia y la cultura. <http://en.wikipedia.org/wiki/Food_studies>.

tos y sistemas agroalimentarios en el ámbito del TLCAN y en particular en México, el cuál no sólo se refiere a los procesos que afectan las tendencias globales sino que recoge las respuestas, estrategias, prácticas y propuestas alternativas frente al mercado y la creciente compleja institucionalidad de la regulación del comercio internacional, en general, y del TLCAN, en particular. Desde esta perspectiva, nos interesa también rescatar algunas propuestas alternativas que dan relevancia a los actores que construyen nuevos procesos y espacios económicos y sociales para pequeños productores, comunidades y consumidores. En suma, desde una óptica interdisciplinaria, examinaremos temas relativamente nuevos en relación con la producción, el comercio, la distribución y el consumo de alimentos desde el enfoque de la calidad y de la seguridad alimentaria.

Partimos del argumento de que la apertura de mercados en el contexto del TLCAN ha significado un doble proceso en lo que se refiere al intercambio de productos agroalimentarios. Por un lado, se están dando procesos de homogeneización, que buscan integrar a los consumidores en forma masiva (*i.e.*, estrategias de las grandes corporaciones de la industria alimentaria). Esta estrategia se justifica en la provisión de alimentos baratos para ciertos grupos de población (*i.e.*, las clases trabajadoras y “los pobres”). De manera paralela, hay una tendencia a la diversificación de productos orientados a satisfacer un mercado altamente segmentado (estrategia de los grandes comercializadores a menudeo, como los supermercados). Los alimentos que entran en esta segunda corriente se diferencian de los anteriores porque se producen en menor escala y se ciñen a las cambiantes prioridades del mercado. Este segundo proceso, marcado por la diversidad, se rige, a su vez por estrictas condiciones y la constante mejora de normas que garanticen la seguridad alimentaria, estándares y prácticas de calidad en beneficio de grupos de consumidores de ingresos medios o altos, principalmente en los países del Norte.

Por otra parte, sostenemos que la fluida, ambigua y conflictiva relación entre la homogeneización y la diversificación ha abierto un espacio para el surgimiento de alternativas al sistema alimentario globalizado por parte de diversos grupos de actores. Estos movimientos tienen como fin el acceso equitativo a alimentos de calidad, el rescate de tradiciones alimentarias artesanales (o tradicionales) y el respeto y protección del medio ambiente bajo el concepto de la economía moral.

La “calidad” permea las cadenas de productos alimenticios sujetos al comercio de la región —y del mundo— y se vincula con la segmentación

de los mercados de acuerdo a la diferenciación de los actores en las cadenas de productos específicos, esto es, tipifica a productores, distribuidores, procesadores y consumidores por estratos sociales y por etnias.

Cabe señalar que por “calidad” entendemos una serie de atributos que se han construido históricamente y que hoy dotan de significado a la calidad en tanto instrumento de jerarquización de mercancías y que otorgan valor agregado al producto. Los atributos de “calidad” distintivos de los bienes comprenden un amplio espectro: desde la “inocuidad” (la seguridad de los alimentos), la denominación de origen (características específicas de acuerdo con el lugar de producción, que se remonta a Europa del *xvi* en el caso de los vinos), hasta los *speciality foods* (bienes con valor agregado o “calidad”) que hoy día demandan consumidores preocupados por la salud, la justicia, el ambiente, la identidad (nacional o regional), la revaloración del pasado o, simplemente estar “a la moda”.² Estos criterios se traducen en dotar de ciertos atributos sociales y culturales a los bienes, que escapan a las convenciones o normatividades dadas por las instituciones convencionales —nacionales e internacionales— lo que ha permitido que empresas privadas —agroalimentarias y grandes comercializadores al menudeo— se apropien de estas formas “culturales” y de un espacio en la definición de las normas distintivas de dichos bienes en el ámbito del comercio internacional (Rodríguez *et al.*, 2010). Al mismo tiempo, los movimientos alternativos al sistema agroalimentario dominante, también se están posicionando en esta tendencia, por ejemplo, el comercio justo, que cuenta con certificación internacional, o basado en la aceptación de atributos culturales por los propios consumidores, como es el caso de los quesos artesanales.

En consecuencia, se trata no de un proceso singular sino de procesos distintos y complejos desde diferentes perspectivas de acuerdo con los actores o grupos de interés que proponen, definen y dan consenso a lo que cada uno entiende por “calidad”. En este sentido “calidad” es un concepto histórico y polifónico, tanto como una forma discursiva de poder. Es un proceso y espacio continuo de negociación, disputas, conflictos, acuerdos, construcción de consensos, alianzas, encuentros y desencuentros entre los diferentes actores de los sistemas agroalimentarios, lo que explica, al menos

² En la jerga de los *food studies* se califican los alimentos de acuerdo con sus atributos específicos —y que se dirigen a consumidores también específicos como: *safe food*, *health food*, *organic food*, *slow food*, *comfort food*, *ethnic food*, etc. que contrasta con *fast food* (que sería la contraparte que resulta de la masificación de los alimentos industrializados).

parcialmente, por qué la calidad implica negociar y acordar qué se entiende por ese término, como señala Rodríguez Gómez en el capítulo 1, “La calidad en los sistemas agroalimentarios de América del Norte”.

Estos procesos invitan a una reconceptualización no sólo de los sistemas agroalimentarios de los tres países del TLCAN, en general, sino particularmente de la producción y consumo de alimentos en México —desde los básicos, como el maíz y la tortilla; los considerados *exóticos* en Canadá y en Estados Unidos, pero cotidianos en las mesas mexicanas, como el aguacate; los productos artesanales —o de sus análogos así como de los genéricos— que se consumen en el país y se introducen ilegalmente a las mesas de nuestros vecinos. Esto es, se requiere conceptualizar la provisión de alimentos y la alimentación no sólo como un bien económico que produce valor de cambio y permite la salud sino que también deben aprehenderse desde la perspectiva de la cultura, de las luchas por la defensa *vis-à-vis* la apropiación de los saberes y quehaceres colectivos y de los recursos locales, así como a la luz de la creciente importancia y obligatoriedad de la calidad e inocuidad de los alimentos. Esto también hace necesario investigar la forma en la que los actores, a lo largo de las cadenas de productos alimentarios, se apropian, utilizan, rechazan y se benefician de los valores materiales, culturales y de poder que acompañan a productos alimentarios específicos.

Los capítulos que conforman este libro tienen como hilo conductor tres premisas:

Primera. La problematización y la revisión crítica de los conceptos de seguridad alimentaria referido a la calidad de los alimentos a nivel internacional y en cada uno de los tres países del TLCAN, con el fin de comprender los procesos de construcción institucional de las reglas y normas que rigen el comercio internacional en materia de alimentos; y situar al TLCAN en este contexto. Esto nos permite entender las diferencias en las políticas públicas con respecto a seguridad alimentaria y de la seguridad o inocuidad de alimentos que determinan en una importante medida el comercio agropecuario entre los países socios.

Segunda. Las tendencias de los sistemas agroalimentarios se concretizan en dos procesos contrarios que se dan simultáneamente: 1] la homogeneización de los mercados, caracterizada por la producción masiva de los alimentos baratos y de calidad —legitimada por regulaciones del mercado mundial, y 2] la fragmentación del mercado, como consecuencia del creci-

miento de la producción y la reconfiguración de los procesos de elaboración, distribución y consumo de alimentos ceñidos a criterios de normas específicas de calidad en cada caso, distinción social y principios éticos y de solidaridad social y medio ambiental.

Tercera, el posicionamiento de los agentes socioeconómicos y culturales (así como sus relaciones) que conforman las cadenas de los dos tipos de sistemas agroalimentarios (esto es, desde los productores hasta los consumidores) da cuenta de las estrategias que cada uno de ellos adoptan frente a la globalización de dichos sistemas.

La primera de estas premisas tiene que ver con las políticas públicas. Éstas revelan diferencias significativas entre los tres países, como lo ilustra el capítulo “La seguridad alimentaria en el contexto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte” de Kirsten Appendini, Amber McNair y Lois Stanford. Por ejemplo, en el caso de EUA y Canadá, la calidad es un criterio importante, mientras que en México la preocupación aún se centra principalmente en el concepto de cantidad y precios bajos para satisfacer la alimentación de la población de bajos ingresos, como lo muestra Appendini, en el capítulo “La integración regional de la cadena maíz-tortilla”, al analizar la internacionalización de las cadenas agroindustriales de maíz. El capítulo de Lois Stanford, “La globalización del aguacate: transformación e integración de las industrias del aguacate de México y Estados Unidos” señala cómo las políticas públicas se enlazan con los intereses de grupos de productores y comercializadores por el control de los mercados internacionales. El capítulo “La nueva normatividad agrícola y la paradoja de la calidad: Un estudio de caso de Michoacán” de Amber McNair muestra cómo el Estado mexicano apoya hoy día a los productores de aguacate frente a las exigencias de las normas privadas —como GlobalGAP— impuestas por las corporaciones comercializadoras internacionales a fin de que estos grandes productores aprovechen el mercado del fruto orgánico.

La tortilla, por una parte, y el aguacate, por otra nos llevan a la segunda premisa: el capítulo sobre la cadena maíz-tortilla, de Appendini, ilustra el caso de la homogeneización para la producción masiva de alimentos baratos (y sin calidad, desde la normatividad oficial) como ya se señaló. En el caso del aguacate, se ilustra un proceso de homogeneización basada en la calidad: un bien *exótico*, no básico, se convierte en un bien de “calidad” de consumo masivo —y homogéneo— en países de altos ingresos, mediante la acción de grandes empresas agroindustriales transnacionales.

Respecto a esta segunda tendencia a la homogeneización se reconoce que el proceso global está liderado por las grandes potencias agroalimentarias apoyadas primero por el Acuerdo General Aduanero y Comercio Aranceles (GATT) y, posteriormente, por la Organización Internacional del Comercio (OMC), así como por grandes empresas agroindustriales, por los *brokers* y comercializadoras que están ocupando rápidamente los mercados de productos alimenticios en México, atendiendo a un consumo masivo. El capítulo de Guadalupe Rodríguez, “La calidad en los sistemas agroalimentarios de América del Norte”, introduce y aborda históricamente este proceso. Esto lo hace adoptando una perspectiva comparativa, con la cual aprehende procesos similares y de hecho, entrelazados, que se han venido dando por décadas en la hoy Unión Europea. A la vez, se reconoce que los consumidores con poder adquisitivo demandan alimentos de calidad, con diversos atributos que rebasan sólo la seguridad de alimentos. Esto permite la apertura de nuevas oportunidades para la comercialización de productos distintivos y crea nichos de mercado en los cuales se abre el espacio para productores y sus mercancías artesanales.

Conviene señalar que ambas tendencias se acompañan de dos posiciones críticas: *a*) una que señala que la producción de alimentos de calidad sólo beneficia a los consumidores que puedan pagar por ella; *b*) otra posición que propone a los productores (especialmente en el caso mexicano) los cambios necesarios que deben hacerse para adecuar sus formas de producción, comercialización y distribución a los nuevos parámetros de calidad transnacional de los alimentos (a las que, irónicamente, suelen no poder acceder como consumidores). Estos procesos se ilustran en los capítulos “Vuelta a lo nuestro: los quesos artesanales” (Guadalupe Rodríguez), “Construcción de y debate sobre la calidad del quesillo artesanal oaxaqueño en Los Ángeles, California” (Maximino Matus), “La globalización del aguacate” (Lois Stanford), y “La nueva normatividad agrícola y la paradoja de la calidad” (Amber McNair).

La tercera premisa se enfoca al conocimiento de las diversas alternativas que emergen para enfrentar el proceso de globalización de los mercados, vía la búsqueda de la “calidad de los alimentos” y el acceso más equitativo a éstos. En el caso de EUA y Canadá, los movimientos alternativos han crecido en distintos ámbitos tanto productivos como entre consumidores y son ampliamente estudiados. Al contrario, algunos de estos procesos son particularmente nuevos y poco estudiados en el caso de México, con excepción de varios estudios de caso sobre productos orgánicos.

Los tres capítulos señalados que tratan sobre el producto “quesos” muestran algunos bienes agroalimentarios que detentan ya, o tienen la posibilidad de obtener, valor agregado gracias a su *singularidad* basada en su origen único y, por ende, autenticidad; resignificación de tradición y de etnicidad en distintos contextos socioeconómicos, culturales y en condiciones históricas específicas. Estas distinciones y el reconocimiento de su especificidad les han permitido a los productores mexicanos acceder a un nicho de mercado con valor agregado nacional y trinacional. La otra cara de la moneda nos muestra, empero, que el acento, además de estar en los productores regionales o nacionales, también está en el papel de las corporaciones productoras, comercializadoras o aun en los supermercados en tanto nuevos actores no sólo en la imposición de regulaciones de calidad, sino particularmente en la *articulación* de las cadenas de alimentos de calidad artesanal, como muestra el capítulo de Guadalupe Rodríguez sobre “Supermercados, tiendas ‘de conveniencia’ y de abarrotes: ¿reto o nicho de oportunidad para los quesos tradicionales?”.

Desde la óptica de formas alternativas, el caso de los quesos son ejemplo de formas de ejercer resistencia y organizar propuestas alternativas a la masificación genérica e identitaria de alimentos y cosmovisiones que tienen como eje el concepto de calidad en un sentido amplio. Dicho concepto abarca los alimentos, así como también las formas de consumo y de vida de los propios actores involucrados. De nuevo, es el caso de los incipientes movimientos de revalorización de quesos artesanales entre productores y consumidores en México (Rodríguez, capítulo 7) y de estos productos en EUA (Matus, capítulo 8), así como la discusión sobre la relevancia del maíz criollo en la propuesta de calidad de los alimentos básicos en México (capítulo 3 de Appendini). McNair sitúa esta perspectiva en una discusión mucho más amplia en el caso de Michoacán al presentar la experiencia alternativa —Coyote Rojo— que defiende el cultivo del maíz frente a la especialización y expansión del aguacate. En esta óptica, la “calidad” va más allá del producto en sí y propone un nuevo concepto que considera el entorno local y ambiental, las prácticas agrícolas que salvaguardan la biodiversidad, los métodos de producción de alimentos típicos, los recursos forestales locales, en suma, las formas de vida campesina y la sustentabilidad de ésta.

Finalmente, el último capítulo se ocupa del Norte y a los consumidores; McNair presenta en el capítulo 9 “Estrategias alimentarias alternativas en la ciudad de Toronto” la experiencia y la construcción de sistemas alternativos de aprovisionamiento de alimentos en un contexto urbano que, por

medio de acciones y programas concretos, incluyen a los grupos de población de bajo ingreso y crean una conciencia social en la población de la ciudad en torno a nuevas formas de abastecimiento y consumo. Se trata de experiencias pocas conocidas en México.

Los colaboradores de esta obra partimos del conocimiento y la experiencia adquiridos en investigaciones previas sobre el agro mexicano, así como en el trabajo de campo y consulta de fuentes primarias que realizamos de la primavera del 2006 al verano de 2009 en México, Estados Unidos y Canadá para fines de esta investigación.

Proponemos, en suma, que los procesos de globalización de los sistemas agroalimentarios son sumamente complejos, fluidos y contradictorios. Son procesos dialécticos —de tensión constante— entre la homogeneización y la heterogeneidad, la inclusión y la exclusión de una multiplicidad de actores, procesos productivos y de transformación de los alimentos, de regiones y de estados.

Frente a la macroperspectiva de la globalización como una fuerza que se impone sobre los sistemas agroalimentarios de forma tal que los homogeneiza, nuestra hipótesis es que hay múltiples respuestas, acciones, apropiaciones y transformaciones que se dan de forma tal que el proceso y los actores se convierten en los constructores de múltiples especificidades, no sólo de la globalización *per se*, sino también de los sistemas agroalimentarios tanto como de los movimientos alternativos, que reconfiguran, resignifican y retan hoy a los sistemas agroalimentarios de América del Norte.

KIRSTEN APPENDINI y GUADALUPE RODRÍGUEZ GÓMEZ

1

LA CALIDAD EN LOS SISTEMAS AGROALIMENTARIOS EN AMÉRICA DEL NORTE

*Guadalupe Rodríguez Gómez*¹

La comercialización de alimentos lleva a dilemas éticos, mismos que se presentan cuando se trata de regular o cambiar la elección que hacen los individuos con respecto a sus alimentos, o cuando los gobiernos deciden sobre la manera de proteger la salud en un contexto de economía de libre mercado, determinar cambios en la política que lleven a promover alimentos más saludables, así como cuando se trata de identificar el papel que tiene la responsabilidad individual al efectuar dicha elección.

MARION NESTLE, *Food Politics*, 2002. (Traducción propia).

Desde el principio de la década de 1990 la calidad ha sido una de las formas culturales que ha servido como vehículo y mecanismo de materialización de la integración e interpenetración del comercio en el ámbito del TLCAN. También ha sido motor de importantes cambios en los sistemas agroalimentarios de esta zona económica bajo los procesos de integración. La calidad es, en la práctica, un instrumento polifónico, proactivo, fluido, de invocada coherencia y validez técnico-científica por su alegada neutralidad y objetividad. Es, empero, una herramienta utilizada en el comercio, marcadamente desigual, en términos de transparencia y de las distintas formas de poder público y privado que lo conforman.

La calidad se ha posicionado como uno de los principales principios rectores del intercambio comercial trilateral: lo inhibe, para quienes no siguen los parámetros de calidad establecidos, y lo facilita, a aquellos actores socioeconómicos que sí lo hacen. Paradójicamente, las normatividades de calidad nacionales e internacionales, públicas y privadas, son utilizadas como dispositivos de sanción cuando las autoridades consideran que la producción agropecuaria doméstica, o, en su defecto, el aprovisionamiento

¹ Este trabajo se enriqueció con los comentarios, siempre críticos y propositivos, de Cynthia Hewitt; le expreso, por ello, mi agradecimiento.

alimentario interno se ven amenazados por las importaciones de alimentos procedentes de alguno de los otros socios comerciales.

En este sentido, los estándares de calidad son formas de proteccionismo relativamente noveles así como ejercicios de dominación mucho más efectivos que las tarifas arancelarias o los sistemas de cuotas (Echols, 2002: 3-5, 41-52). Esto se explica por el carácter evanescente de la calidad (*i.e.*, no inherente al producto en cuestión) precisamente por ser una forma cultural que carece de atributos esenciales (*idem*; Rodríguez Gómez, 1998, 1999, 2002). A pesar de lo anterior, y con el fin de minimizar la indefinición de dicha forma cultural, grupos de especialistas de las principales potencias agroalimentarias, así como poderosas firmas transnacionales y agencias internacionales públicas y privadas del sector han canalizado, y siguen haciéndolo, un flujo importante de recursos, conocimientos y esfuerzos con el fin de dotar a la calidad de atributos como la neutralidad y la objetividad. Se reitera que su validez descansa únicamente en principios, procedimientos y medidas científicas y técnicas (Busch y Bain, 2004; Commission of the European Communities, 2000; Echols, 2002: 4-6, 37-38, 41-43, 48-52; Rodríguez Gómez *et al.*, 2010). La calidad representa así la intersección de diversos procesos socioculturales, económicos y de poder con la ciencia y la tecnología.

Gracias a su condición polifónica, la calidad es un espacio de negociaciones, disputas, conflictos, acuerdos, construcción de consensos, alianzas, encuentros y desencuentros entre los diferentes actores en los sistemas agroalimentarios de los tres países, así como de sus respectivas maquinarias estatales. Esto se explica, al menos parcialmente, porque la calidad implica negociar y acordar qué se entiende por ese término, así como convenir sobre qué significa la seguridad de los alimentos (*food safety*) en relación con lo que se considera consumo saludable y nutritivo.²

La calidad objetiva una amplia gama de sistemas clasificatorios de los alimentos, los cuales han de ajustarse a una jerarquía de valor neutralizada y, supuestamente, universalizada (social, cultural, económica y políticamente, así como científica y tecnológicamente) y al mismo tiempo están obligados a informar y conformar la armonización que obligadamente conllevan los disímiles estándares de calidad en este mercado trilateral inequitativo y socioculturalmente diferenciado.

² A lo largo de este libro, *food safety* se entiende como seguridad de los alimentos en sentido técnico, es decir, alimentos inocuos que garantizan la salud y la nutrición humana. Así pues, este significado se diferencia del término “seguridad alimentaria”, que significa la garantía del abasto y del acceso a alimentos.

Este capítulo plantea una propuesta de estudio en torno a los alimentos, en particular, y a los sistemas agroalimentarios, en general, en la región comercial de América del Norte. El hilo conductor es el análisis de los procesos de adopción, imposición, resistencia, transformación y resignificación de los estándares de calidad, en tanto es uno de los principios rectores del comercio agroalimentario de este mercado, así como del mercado global en el que se inserta. Aquí se plantean tres preguntas fundamentales: ¿cómo se puede estudiar la calidad como uno de los principios rectores del comercio en el TLCAN?; ¿cómo se negocia la calidad desde perspectivas complejas y distintas que resultan de las especificidades de las diferentes cadenas agroalimentarias estudiadas (*i.e.*, maíz, aguacate, aguacate orgánico y quesos artesanales)?, y ¿cómo se podría estudiar la construcción de calidad en el marco del TLCAN?

Primero, comparo las políticas agroalimentarias de la Comunidad Económica Europea/Unión Europea (CEE/UE) y las vigentes en la región del TLCAN. Para ello, abordo los procesos históricos y apunto a la intersección que se presenta en el uso de formas culturales (la calidad) para regular el comercio entre los diversos sistemas agroalimentarios en el ámbito internacional. Estos procesos se han venido dando paralelos a la intensificación de los intercambios mundiales de alimentos en las dos últimas décadas y al surgimiento y consolidación de los distintos organismos, ya sean públicos o privados, regionales, nacionales y supraestatales, cuyo fin ha sido definir, medir, regular y certificar la calidad.

Esta discusión abre el espacio para examinar la incorporación de los compromisos asumidos como “obligatorios” por los países miembros de la Organización Mundial de Comercio (OMC),³ en torno al *Codex Alimentarius* de la FAO/OMS. Los intentos de regulación vía la calidad (y, posteriormente calidad más seguridad de los alimentos) se concibieron como una de las formas de las que echan mano instancias supraestatales, poderosas corporaciones agroalimentarias transnacionales y grandes potencias productoras y exportadoras de alimentos con el fin de minimizar la relevancia de la diversidad en términos históricos, socioculturales y económicos de dichos bienes en los distintos países, al tiempo que tratan de “garantizar”, discursivamente, transparencia y “equidad” en el comercio mundial agroalimentario. Se abordan, además, otras maneras de legitimar la calidad de los ali-

³ La OMC se crea en 1995 como instancia multilateral que da continuidad al GATT. A la fecha la OMC está constituida por 153 países miembros (véase OMC, 2010: 1).

mentos, que aparecen bajo diversas formas que cuestionan y dan alternativas a las regulaciones formales de la OMC y de los mismos países, tales como el comercio justo y ético, los movimientos *slow food* y *back to nature*, *buy local*, Community Supported Agriculture (CSA) y *buying clubs*; la agricultura orgánica y los *farmers' markets*, denominaciones de origen (Barrientos y Dolan, 2006: 1; Gross, 2008; Rodríguez Gómez, 1998, 2004). El texto cierra con el examen del papel que los estándares de calidad han jugado en las transformaciones de los sistemas agroalimentarios en la región del TLCAN.

LAS GRANDES AUSENCIAS EN EL TLCAN: LA INEXISTENCIA DE UNA POLÍTICA REGIONAL AGROALIMENTARIA

A diferencia de la Unión Europea, la región del TLCAN carece de una normatividad homologada y armonizada con base en consensos, compartida y, por tanto, obligatoria para los tres socios comerciales en lo que se refiere a la calidad de los productos agropecuarios y los alimentos que se comercializan en el marco del mercado trilateral. Quizá esto obedece a que, de forma un tanto similar a lo que sucedió durante las primeras negociaciones del Mercado Común Europeo en 1958, el comercio agroalimentario fue uno de los temas dejados de lado por la compleja especificidad y conflictividad que siempre ha caracterizado al sector.

La naciente comunidad europea tenía como misión conformar “el mercado común en un marco de desarrollo armónico de las actividades económicas, expansión equilibrada, estabilidad creciente, elevación del nivel de vida y estrechamiento de los vínculos entre los Estados miembros” (“Artículo 3 del Tratado de Roma”, en Tamames y López, 1999: 96).⁴ En estas circunstancias, el comercio agrícola y de alimentos era problemático dado que se buscaba construir políticas comunes que permitiesen liberar y expandir el comercio evitando efectos negativos del intercambio intracomunitario derivados de las grandes diferencias en las agriculturas

⁴ El tratado constitutivo de la Comunidad Económica Europea (también conocido como el Tratado de Roma, 1958) es el documento que marca la emergencia de la Comunidad Económica Europea, conformada en su origen por los seis países firmantes. Su objetivo era la integración de los intercambios comerciales con fines de expansión económica vía la cooperación supranacional, sin ignorar el espacio para promover las competencias comunitarias más allá de la dimensión económica.

nacionales y las formas de proteccionismo existentes en los países socios y, al mismo tiempo, de lograr un nivel de vida equitativo para la población rural (Milward, 1993: 216; Tamames y López, 2002: 65, 97, 302-304).

En cambio, los tres países miembros del TLCAN buscaban la integración de un mercado regional de 360 millones de consumidores, que sería el más grande del mundo (Encinas *et al.*, 1992: 9). Para los grupos de poder mexicanos, este mercado permitiría un mejor aprovechamiento de las ventajas comparativas de cada uno de los tres socios comerciales, un aumento de las capacidades productivas respectivas, así como hacer más eficientes las estrategias de comercialización intrarregional (*ibid.*: 9-10). En el caso de México, el TLCAN tenía como objetivo *de facto* un nuevo modelo de modernización, adecuada a la “nóvel realidad internacional” globalizada. El beneficio social (y, ya no digamos, la protección alimentaria, de la salud y de las identidades mexicanas materializadas en las mercancías) poco se procuró en los objetivos explícitos de dicho Tratado.

En el caso de Canadá y EUA, la puesta en marcha del TLCAN fue ampliamente discutida en la sociedad y en los distintos órdenes de gobierno. Esto en parte se explica porque ambos países tenían ya un acuerdo bilateral entre ellos, el US/Canada Free Trade Agreement (FTA, 1987) (Aaronson, 2004: 27). En consecuencia, las sociedades y las maquinarias estatales respectivas conocían, de primera mano, los posibles costos que conllevaría un nuevo acuerdo comercial; en particular, en lo referente a sus respectivas regulaciones y programas sociales y ambientales domésticos (*ibid.*: 27, 112). En Canadá, la internacionalización que representaba el TLCAN se vio con buenos ojos, ya que minimizaría las tensiones políticas internas producto del nacionalismo fragmentado que lo caracterizaba y le daría el espacio para contrapesar la fuerza comercial de EUA (*ibid.*: 114).

La situación en Estados Unidos ofrecía un marcado contraste, pues la liberalización del comercio en el marco del TLCAN fue recibida con recelo por grupos organizados de la sociedad civil que protegían los derechos humanos, el medio ambiente, a los trabajadores y a los consumidores. Líderes de estos grupos organizados entablaron un debate abierto sobre la pertinencia o no del TLCAN. También criticaban el hecho de que las negociaciones no se hiciesen públicas (Aaronson, 2004: 117-188). En cambio, los sectores de poder estadounidense (los republicanos, un grupo sustantivo de los demócratas y de los empresarios, particularmente), concebían dicha liberalización como una oportunidad importante para EUA, pues permitiría empujar la liberalización de las fronteras al comercio (*ibid.*: 117, 119).

A diferencia de lo que fue, y sigue siendo, una preocupación constante y creciente en el espacio supraestatal europeo, su contraparte estadounidense no contempló la necesidad de construir una política común agroalimentaria consensada, de forma equitativa y equilibrada, entre los tres socios comerciales (véase Tamames y López, 1999: 304, 305). En el caso europeo, como se señaló, ésta ha sido parte constitutiva de los enormes esfuerzos y recursos que se han canalizado para la construcción de una infraestructura regulatoria y legal compartida por todos los miembros, sobre la cual se sustentó la conformación de la Comunidad Económica Europea (CEE), en tanto zona económica interconectada y, por ende, integrada comercialmente; y, posteriormente, de la UE (1993), como un espacio supraestatal en lo político, económico y sociocultural, contexto en el cual emergió formalmente el mercado interior único (*ibid.*: 342).⁵ En el contexto del TLCAN, desafortunadamente, no se ha dado ningún proceso semejante.⁶

En el caso europeo, la política agroalimentaria común tenía que fincar-se en la armonización. Esto significa que desde su inicio, la CEE tuvo en la mira la elaboración de una política agroalimentaria negociada, consensuada, equitativa y compartida por los seis socios de entonces en tanto único instrumento que permitiría garantizar la seguridad de los agroalimentos que consumían los ciudadanos.⁷ Esta política común partía de la necesidad de equilibrar, en lo posible, las diferencias de poder entre los socios derivadas del volumen diferencial de exportaciones y del ritmo de expansión de éstas; de los distintos niveles y formas de proteccionismo en cada uno de los países socios; de las diferencias en precios de los productos dentro del mercado común, de los salarios y niveles de productividad, así como de la

⁵ Vale la pena recordar que la cooperación económica europea que sustentó el surgimiento de la CEE fue resultado de las condiciones impuestas por EUA vía el Plan Marshall —y la idea de una Europa única propuesta y buscada por Winston Churchill al final de la Segunda Guerra mundial (Tamames y López, 1999: 41-43, 48). El Tratado de Oporto (1992) formalizó que el 1 de enero de 1993 se crease la Unión Europea de los 12 (*ibid.*, 1999: 659).

⁶ En este orden de ideas, véase la entrevista al economista estadounidense Daniel Rodrik, intitulada “El TLCAN limitó el potencial de México”, publicada en el periódico *El Universal*, 25 de octubre de 2009.

⁷ Milward aclara que, para el caso europeo, desde el momento en que se firmó el acuerdo que dio vida a la CEE los problemas económicos, sociales y políticos de la agricultura se tornaron aspectos centrales para la construcción de la naciente entidad supraestatal (1992: 225).

diversidad sociocultural de sus respectivas poblaciones, entre otros (Milward, 1992: 167-173). Lo anterior se sustentaba en el entendimiento de la agricultura no sólo como elemento de la economía, sino muy particularmente en tanto factor esencial de la vida social en la Europa común.⁸ Así, la política agroalimentaria comunitaria se distinguió por poseer una doble dimensión: la económica y la social. Se caracterizaba, además, por estar guiada por objetivos muy claros de autoabastecimiento, la supresión de restricciones a la importación intracomunitaria y, por tanto, la libre circulación interna de productos agroalimentarios; las preferencias comunitarias; los precios comunes y compensatorios; la solidaridad financiera entre los socios europeos, y la defensa comunitaria frente al exterior (Tamames y López, 1999: 308-309).

En el sector alimentario, en particular, la necesidad reconocida de que existiese coordinación legal en materia agroalimentaria llevó a que, en 1958, se creara el Consejo del *Codex Alimentarius Europaeus*, con el objetivo explícito de desarrollar un Código Alimentario Europeo (Masson-Matthee, 2007: 14-15). Este *Codex* se creó bajo el auspicio de la Comisión Internacional sobre Agroindustrias y el Buró Permanente de Química Analítica.⁹

En este sentido, la experiencia europea y, en menor medida, la latinoamericana¹⁰ abrieron la vía para que organismos supraestatales, como la ONU, se dieran cuenta de la importancia no sólo de elaborar estándares compartidos por los países y lograr, con ello, la reducción de diferencias en los sistemas regulatorios, sino también algo más importante aún: que estos estándares universalizados fuesen aceptados y observados por los estados que llevaban a cabo transacciones comerciales de agroalimentos en un ambiente de cooperación, con lo cual se buscaba que las leyes alimentarias nacionales dejasen de fungir como barreras al comercio. En estas circunstancias, en 1961 se establece la Comisión del *Codex Alimentarius*. Su misión

⁸ Tercer artículo del documento de trabajo de la Conferencia de Stressa, 1958, en Tamames y López (1999: 304).

⁹ Los orígenes y cimiento regulatorio de dicho *Codex* se remontan a 1897, cuando se elaboró el *Codex Alimentarius Austriacus*. Cabe señalar que Europa se ha caracterizado por tener sistemas jerárquicos de clasificación de las calidades de sus alimentos desde el siglo XVI; ya para el siglo XIX, éstos se sustentaron en reglamentos cada vez más rigurosamente sistemáticos y se acompañaron con sistemas de regulaciones no sólo en torno a la calidad de dichos productos, sino también en relación con la estandarización de procesos productivos, materia prima, aditivos, entre otros (Rodríguez Gómez, 2006; Masson-Matthee, 2007: 13-16).

¹⁰ Para el caso latinoamericano, véase Llambí (2004) y Masson-Matthee (*ibid.*).

era destacar la importancia de aceptar internacionalmente estándares alimentarios, que permitiesen la protección tanto de los consumidores como de los productores (*ibid.*: 15). Esta Comisión se materializó en 1963 como el Programa de Estándares Alimentarios de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación y la Organización Mundial de la Salud (FAO/OMS). Este programa tenía como fin primordial la construcción del *Codex Alimentarius* en tanto colección de estándares alimentarios definidos de manera uniforme. Se esperaba que este programa llevara a la armonización de los requerimientos agroalimentarios (Masson-Matthee, 2007: 48).

Sin embargo, este sistema regulatorio no tendría efecto hasta 15 años después, a pesar de que se pensó originalmente que los países adheridos al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), podrían lograr su observancia. Dos fueron los problemas fundamentales que enfrentó este sistema normativo legal de pretendido alcance universal: 1] los estándares del *Codex* se fijaban sin haber logrado el respaldo consensuado de los estados miembros del GATT, y 2] muchas de las actividades y decisiones de esta instancia en lo tocante a los lineamientos del *Codex* se percibieron como formas de regulación impuestas, ya que se consideró que limitaban o parecían atentar contra la soberanía de los estados (*ibid.*: 7, 9, 51). Por ello, fueron rechazadas y desobedecidas por un número importante de países miembros del GATT.

En franco contraste con la experiencia europea descrita, México, Estados Unidos y Canadá compartían, como lo hacen a la fecha, sólo, y en principio, las regulaciones y estándares reglamentados por el otrora GATT.¹¹ Cabe aclarar que a pesar de que EUA fue uno de los más fuertes promotores del comercio multilateral vía la elaboración, gestación y puesta en marcha del GATT en 1947, nunca llegó a firmar dicho Acuerdo. Esto obedeció, entre otras cosas, a que los estadounidenses, al igual que su contraparte europea, no aceptaron incluir negociación alguna relacionada con el sector agroalimentario en el marco del multilateralismo del GATT (Anania, Carter y McCalla, 1994; Sanderson, 1996: 273). Estas no-negociaciones exhibieron el éxito, y en particular el poder, de EUA, al lograr que los socios de dicha entidad multilateral aceptaran obviar ciertas restricciones que imponía EUA a las importaciones agroalimentarias (Greenwald, 1996: 271-273), así

¹¹ GATT se convirtió formalmente en lo que hoy es la OMC en 1994, justo como cierre de las negociaciones de la llamada Ronda de Uruguay.

como evitar que los productos primarios estadounidenses estuvieran sujetos a prohibiciones de exportación (*ibid.*).

Originalmente la agricultura fue excluida de los acuerdos del GATT (Diebold, 1996: 162). De hecho, este sector no entró como sujeto de atención, ni de las negociaciones, ni de las regulaciones del GATT sino hasta el momento en el que se legitimó la existencia y las premisas de la Política Agrícola Común europea (CAP).¹² Fue en el curso de la Ronda de Uruguay (1986-1994) cuando el sector agropecuario se introdujo como parte de las discusiones y negociaciones del GATT/OMC. Esto no fue fruto del azar. Se dio como respuesta defensiva de EUA, y de otros países, a la puesta en marcha de la CAP actualizada. Para dichos actores, la PAC objetivaba una forma más de los europeos por legitimar la continuación y fortalecimiento del proteccionismo de su sector agroalimentario en detrimento del mercado agroalimentario mundial. Para EUA en particular, la inclusión de la agricultura en el GATT fue vista como un medio que les permitiría pugnar por la eliminación del proteccionismo europeo en este sector, ya que a éste lo concebían no sólo como competencia sino como amenaza para el desarrollo de sus actividades agroalimentarias. A partir de 1994,¹³ el GATT se convierte así en el espacio en el que europeos y estadounidenses, los otrora más fuertes actores en el comercio alimentario global, se enzarzan abiertamente en una lucha, constante hasta la fecha, por el control de los intercambios agropecuarios y de los mercados mundiales.

Los tres países del TLCAN comparten las normatividades sanitarias y fitosanitarias en lo que se refiere a alimentos que rigen a todos los miembros de la OMC.¹⁴ Esto sucede, simultánea y paralelamente, a la obligada obser-

¹² La segunda parte del Tratado constitutivo de la Comunidad Económica Europea y, más específicamente, los artículos del 39 al 47, sienta las bases de lo que años después (1962) se constituiría como la Política Agrícola Común (PAC): incrementar la productividad; garantizar un nivel de vida equitativo para la población agrícola de los países miembros; estabilizar los mercados; garantizar la seguridad de los abastecimientos, y asegurar al consumidor productos agroalimentarios a precios razonables (véase European Communities, 2007; <http://europa.eu/legislation_summaries/institutional_affairs/treaties/treaties_eec_es.htm#>). Esta fue la primera versión reformada de la PAC original, elaborada en la década de los sesenta.

¹³ Esto es, a partir de la Ronda de Uruguay en 1994.

¹⁴ Al ponerse en marcha el TLCAN, los tres socios tenían como punto de referencia de comercio internacional legitimado los Acuerdos Generales de Tarifas y Aranceles (1964). Vale recordar que México se adhirió al GATT en 1986. Esta instancia internacional se transformó en 1995 en la OMC.

vancia de estándares institucionales definidos, reglamentados y vigilados por las maquinarias estatales de cada uno de los tres países de parte de los agroproductores de exportación, por un lado y, por el otro, se da asimismo una obligada observancia de regulaciones de carácter privado, particularmente las relacionadas con criterios y normas de calidad, de parte de todos aquellos productores en los tres países socios vinculados a las grandes corporaciones multinacionales agroalimentarias.

A pesar de los tres puntos anteriores, el mercado del TLCAN carece de una estrategia compartida de forma negociada, consensuada, transparente y equitativa, cuya observancia sea obligatoria, debido a la ausencia de una política agropecuaria común, en concreto, en lo que se refiere a la calidad de los productos agroalimentarios. Lo anterior implica también que la región del TLCAN carezca de una autoridad legitimada y reconocida por las partes, que vele y regule las transacciones comerciales y sus sanciones *justas y equitativas*; al tiempo que dé seguimiento y vigile la calidad y la seguridad de los bienes agroalimentarios.

La calidad de dichas mercancías la impone, en la práctica, el país importador;¹⁵ las grandes corporaciones transnacionales que operan en este mercado (véase el capítulo 6 de este libro) legitimada por las normas de los países en que se localizan (véase el capítulo 7); o, en su defecto, las dos instancias económico-políticas públicas y privadas. Esto se ilustra con el caso del aguacate michoacano, en particular las vinculadas al mercado de California, como ilustran los capítulos 4 y 5 de este libro.

En el mercado regional no existe el equivalente a la Política Agroalimentaria Comunitaria o un *Libro Blanco sobre seguridad de los alimentos*, como en el caso europeo.¹⁶ Esto se traduce en falta de transparencia e in-

¹⁵ Como ejemplo, baste recordar la alegada (mas nunca probada) acusación de parte de nuestro vecino del norte en el sentido de que los tomates frescos, los chiles jalapeños y serranos mexicanos importados por EUA causaron salmonelosis a más de 300 000 consumidores estadounidenses por no cumplir, según las agencias de salud de dicho país, con medidas de *seguridad de los alimentos*, lo cual conllevó el cierre de fronteras a estos bienes agroalimentarios producidos en México en aras de la salud de los consumidores vecinos en la primavera de 2008. Para conocer la discusión más amplia, consúltese Presidencia de la República (México) “México exigirá que EU reconozca sanidad de los tomates”, consulta realizada en 2007 y 2008; *Sentido Común online* 25 de julio de 2008; *El Universal*, 26 al 30 de julio de 2008; *New York Times online*, 31 de julio de 2008; *Noticias Prodigy*, consulta realizada el 2 de agosto de 2008.

¹⁶ El *Libro Blanco sobre la seguridad de los alimentos* de la Unión Europea tiene como objetivo servir como instrumento que garantice los más altos estándares de se-

equidad en las transacciones comerciales, al tiempo que abre el espacio para las fricciones y conflictos entre los actores, poderosas corporaciones agroalimentarias transnacionales y países con formas de poder desiguales. En otras palabras, la carencia de una política agropecuaria común del TLCAN conlleva la discrecionalidad o prácticas desleales de comercio y, con ello, los rejugos de distintas e inequitativas formas de dominación.

LA GLOBALIZACIÓN, EL GATT/OMC Y EL *CODEX ALIMENTARIUS*

La puesta en marcha del GATT (1947), el surgimiento de la CEE (1958), y, posteriormente, de la UE (1994), del TLCAN (1994), a la par de la conversión del GATT en la OMC (1995), así como la consolidación de las corporaciones transnacionales son procesos que se hallan estrechamente relacionados, al tiempo de ser constitutivos de lo que hoy conocemos como globalización.¹⁷ En las dos secciones siguientes abordo la globalización desde una perspectiva diacrónica. En la primera, examino la conformación de las dos primeras instancias multilaterales antes apuntadas —CEE y GATT— ya que centro el análisis en los momentos históricos que preceden a la globalización que vivimos y construimos hoy. En la segunda, abordo la globalización actual, con el fin de aprehender las dinámicas de construcción del TLCAN y su impacto en la reconfiguración de los sistemas agroalimentarios de este espacio trinacional.

guridad de los agroalimentos, con el fin de proteger la alimentación, la salud y la nutrición de los consumidores europeos (Commission of the European Communities, 2000: 3, 4, 6-9). Se acompaña, por ello, de “una amplia gama de medidas que mejoran y dotan de coherencia al corpus legal que se ocupa de atender todos los aspectos relacionados con los alimentos desde la granja hasta la mesa”, cubriendo, así, todo lo largo de la cadena agroalimentaria (*ibid.*: 3, 8-16). Por tanto, se refiere a dar seguimiento a métodos de producción y procesamiento de alimentos, así como establecer y vigilar los controles que dichos procesos requieren con el fin de garantizar la seguridad de los alimentos y evitar, en lo posible, lo que se identifica como *riesgos sanitarios* (*ibid.*: 6, 9, 13).

¹⁷ Si bien Hefferman y Constance sitúan, para el caso de EUA, en los años cuarenta el principio del proceso de construcción de las poderosas corporaciones transnacionales, también señalan que este proceso de concentración vertical y horizontal crece lentamente hasta alcanzar su franca consolidación en los años ochenta (1994: 32, 36).

PRIMER MOMENTO DE LA GLOBALIZACIÓN

La primera fase de la globalización fue configurado por las condiciones históricas posteriores a la Segunda Guerra mundial y fue en gran medida resultado del esfuerzo de EUA y la Gran Bretaña. Su principal objetivo era apoyar a los países europeos y a Japón, no sólo en la reconstrucción de sus economías sino, muy específicamente, en la liberalización del comercio (Diebold, 1996: 153, 158; Greenwald, 1996: 271). Estos esfuerzos, sumados a los de otros estados del mundo, dieron origen al surgimiento del GATT en 1948. Este Acuerdo es considerado por muchos como el principal instrumento de política comercial internacional, el cual intentaba ser el primer promotor del sistema multilateral y de comercio abierto en la historia moderna (véase Greenwald, 1996: 271, 281).

Los principios fundacionales del GATT se encuentran en el capítulo IV del International Trade Organization Charter (ITO). Éste fue resultado de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Empleo, la cual se realizó en La Habana, en 1947-1948. Conviene aclarar, no obstante, que la ITO nunca entró en funciones.¹⁸ Si bien los documentos de la OMC lo atribuyen a distintas causas, Greenwald afirma que esto no cuajó debido a que EUA no logró que fuese aceptado por los demás participantes en la reunión (1996: 271). Como resultado de este esfuerzo fallido y el desacuerdo de parte de EUA con el resto de sus “socios potenciales” en el contexto del comercio multilateral emergente, 23 países se unieron para poner en marcha el GATT al margen de la negativa de EUA. Como ya señalé, EUA no se adhirió al GATT formalmente, aunque se mantuvo alineado a sus negociaciones y al proceso de construcción internos. Mediante la conformación del GATT, los 23 estados miembros buscaban no sólo garantizar la reducción de tarifas y fijar los límites a los sistemas de cuotas de las diversas maquinarias estatales, sino que tenían como objetivo evitar el establecimiento de nuevas barreras, entre otras medidas. Estos países también buscaban bajar sus tarifas y aranceles antes de que los agroproductores europeos (de países no incluidos en este primer grupo de socios signantes del GATT) y su contraparte en países en desarrollo establecieran medidas proteccionistas que afectaran los beneficios esperados de la liberalización comercial (Diebold, 1996: 157).

Considero importante abordar brevemente cómo se entretaje, justo en este momento, el posicionamiento del conocimiento científico y tecnológi-

¹⁸ <http://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/prevto_legal_e.htm>.

co con estos procesos multilaterales, liderados por las ideas y prácticas de la liberalización del comercio.¹⁹ Su explicación es nuevamente histórica. Tiene que ver con la forma en la que se concibió el desarrollo y los mecanismos para lograrlo inmediatamente después de la posguerra. Los esfuerzos y objetivos de los estados se encaminaron, en palabras del presidente Truman,

A la puesta en marcha de nuevos programas de forma tal que los beneficios de nuestros avances científicos y del progreso industrial estén disponibles para el crecimiento y desarrollo de todas las áreas [sociedades]... La clave de la prosperidad y de la paz es una mayor productividad. *La amplia y más vigorosa aplicación del conocimiento científico y tecnológico es la clave para lograr el incremento de la producción...* (Boas y McNeill, 2003: 7) [cursivas de la autora].

En otro tenor, más en línea con el posicionamiento del conocimiento científico y tecnológico, el GATT fue el espacio que se creó para concretar la construcción, implementación y obligatoria observancia de regulaciones universalizadas (i.e., estándares y normatividades de calidad) de parte de todos los países que se adhieron a dicho acuerdo multilateral. Como apunté en la primera sección, fue justo en este momento que diferentes y poderosas entidades socioeconómicas y estados, así como instancias multilaterales como el GATT, se dieron a la tarea de fomentar la ciencia y la tecnología no sólo en aras de incrementar la producción, sino para construir, o re-construir en su caso, jerarquías de valor objetivas y estandarizadas para las mercancías que circulan en el espacio de comercio transnacional. Las Naciones Unidas serían la instancia encargada de vigilar el cumplimiento de la construcción y observancia de regulaciones universalizadas del GATT. El caso paradigmático de estos procesos de universalización del valor de las mercancías sustentado en el conocimiento científico y tecnológico lo constituye la calidad.

¹⁹ Las instituciones multilaterales reflejan, a la vez que refractan añadiría, las relaciones de poder sobre las que se edificó dicha instancia. Simultáneamente, dichas instituciones tienden a facilitar ciertas visiones del mundo y creencias (i.e., los méritos de la economía neoliberal). En consecuencia, toda institución multilateral está permeada por fluidas relaciones de poder, aunque se alegue que estén buscando la reciprocidad, la cooperación y la equidad de los estados constitutivos. Así, las instancias multilaterales como el GATT, la CEE, el TLCAN son construcciones sociales y de poder, que corresponden a momentos y condiciones históricas particulares. Son, a la vez, organizaciones intergubernamentales dominadas por grupos políticos específicos (véase Boas y McNeill, 2003: 6-11).

En el caso de Europa, en particular, quizá una de las más importantes finalidades fue evitar que se eliminasen las barreras proteccionistas de los estados, de forma tal que no se pudiese abrir el espacio para que entrasen a regular el mercado inter-gubernamental de mercancías agroalimentarias los criterios privados impuestos por corporaciones monopólicas (*idem*). Fue también en este momento cuando se acordó privilegiar la introducción de estándares para las mercancías comercializadas en el mercado transnacional, que resultasen del consenso de los países participantes en el intercambio mundial de productos agroalimentarios (Diebold, 1996: 154; Koc, 1994: 267). La propuesta para establecer dichos estándares se concibió como un instrumento eficaz contra la resistencia esperada de parte de la mayoría de los estados de eliminar o reducir los subsidios a sus productores, en particular a aquéllos dedicados a la agricultura de los productos básicos (Diebold, 1996: 154). Empero, la introducción e implementación de estándares, al menos en lo que se refiere a las convenciones en torno a la calidad de los agroalimentos, tardó varias décadas en hacerse efectivo, fenómeno contrario a lo que sucedió en el caso europeo (véase Rodríguez Gómez *et al.*, 2009).

Los procesos institucionales dirigidos a la liberalización del comercio en la Europa de los años sesenta coincidieron con cambios en las políticas agroalimentarias de las grandes potencias en tanto se alentó a los productores domésticos, principalmente de granos y leche, a producir en grandes volúmenes para el mercado externo, en particular mediante la recepción de fuertes subsidios. Esto se hizo con el fin de incrementar su competitividad y el control del comercio agroalimentario mundial *vis-à-vis* EUA y Japón (Llambi, 2004: 198; Gross, 2009: 26). A esta tendencia liberalizadora del comercio se unirían Japón y, en menor medida mas con similar fuerza, las economías asiáticas emergentes productoras de bienes de bajo costo (*i.e.*, Corea del Sur, Taiwán, Hong Kong) (Greenwald, 1996: 271-272).

La complejidad creciente de las transacciones comerciales y el incremento de la interdependencia entre los estados explica porqué el GATT no se consolidó hasta finales de los años sesenta (Diebold, 1996: 158; Ruggiero, 2000: 1). A pesar de lo anterior, al comenzar la década de los setenta, los países adheridos a dicho acuerdo habían logrado bajas significativas en las barreras arancelarias y la resolución de múltiples desacuerdos comerciales entre ellos y, en ocasiones, se habían evitado conflictos potenciales (Diebold, 1996: 158). Conviene recordar que la mayor parte de estas transac-

ciones se constreñían al nivel bilateral. Lo que no se logró fue la cooperación equitativa, ni mucho menos multilateral, debido a las grandes desigualdades económicas y de poder entre los signantes del acuerdo. En este espacio comercial prevalecieron la preeminencia de los países con un mayor poder de comercialización así como las fuertes pugnas entre las potencias agroalimentarias, y entre éstas y los entonces llamados países del tercer mundo, especializados en la exportación de materias primas y en la importación de alimentos básicos (Cornelia y Bendini, 2007: 1; Llambí, 2004: 185-201; Aaronson, 2004: 52-109; Rubio, 1995).

En nuestro caso, es relevante señalar que EUA fue uno de los pocos países que mantuvo un mayor control de las negociaciones y la construcción de consensos en el contexto del GATT; esto también se reflejó con entera claridad, al tiempo que dejó su impronta de inequidad en la configuración del TLCAN.²⁰ Pocos años después de la implantación del GATT, el poder de EUA al interior de dicho espacio comercial se vio amenazado por la consolidación de la CEE y el pujante desarrollo de Japón en materia de comercio mundial de agroalimentos. Irónicamente, el poder de los estadounidenses en el marco del GATT también se vio seriamente afectada por su negativa a introducir modificación alguna en su política agroalimentaria. Así, aunque el GATT había logrado convertirse en el principal instrumento de política comercial del mundo, recién entrados los años setenta los miembros comenzaron a poner en tela de juicio su eficacia y efectividad (Sander-son, 1996: 271-272). Las dificultades obedecían a los intereses encontrados no sólo entre grupos económicos de poder desiguales o países, sino también por la diversidad de las distintas agendas de estados y corporaciones transnacionales (Koc, 2004: 271).

En este punto es pertinente considerar dos características en relación con el GATT. Primera, se mantuvo por años una severa discordancia entre EUA y los países europeos en lo tocante a la forma en la que el GATT debería

²⁰ Los objetivos y las líneas de acción de dichas instancias no son necesariamente resultado del consenso, sino suelen expresar el control y la distribución de poder de los estados miembros. Baste ver la composición de las principales instancias multilaterales: 1] OMC: EUA tiene 16.4% del poder del voto, le sigue Japón con 7.87%, Alemania con 4.49% y Francia y Gran Bretaña con 4.31%, respectivamente; 2] Fondo Monetario Internacional: EUA tiene 17.11% de dicho poder, Japón cuenta con 6.4%, Alemania con 6%, seguidos nuevamente de Francia y Gran Bretaña con 4.95% cada uno; 3] Banco Interamericano: EUA cuenta con 30.01% del total, Japón con 5.0%, mientras Alemania y Francia tienen 1.9%, respectivamente (Boas y McNeill, 2003: xi-xvii).

operar en las relaciones comerciales, lo cual reflejaba problemas de origen en dicho acuerdo, a saber: 1] la falta de coordinación entre lo deseado y lo que sucedía en la práctica; 2] las pugnas de poder entre las grandes potencias agroalimentarias históricas y las emergentes; 3] la intervención de los estados más industrializados en sus respectivos mercados agroalimentarios, mediante diversas formas de subsidios y distintos tipos de proteccionismo, así como los efectos diferenciales de estos mecanismos en la producción doméstica y en el comercio mundial, y 4] los cambios significativos en las técnicas productivas, de transformación y distribución que pasaron de energía intensiva a conocimiento intensivo en la gran mayoría de los sistemas agroalimentarios (Sanderson, 1996: 262-263; Diebold, 1996: 162; Llambí, 2004: 185).

Segundo, la agricultura fue uno de los sectores que al principio se dejó fuera del GATT, al menos parcialmente (Diebold, 1996: 162; Greenwald, 1996: 272-273). Esto obedeció a que se consideraba que la liberalización comercial del sector sería limitada, pues se reconocían los fuertes controles y tarifas que cada país imponía a la comercialización de los productos agroalimentarios al cruzar sus fronteras.

A pesar de lo anterior, un tratamiento diferencial del sector agroalimentario se dio en la Ronda de Uruguay (1986-1994) y, posteriormente, en la Ronda de Doha (2003-2008); esta última ya tuvo lugar en el marco de la OMC y no del GATT. En dichos espacios, el tema del comercio agroalimentario se introdujo de lleno (Greenwald, 1996: 273). Pero, como lo muestra la historia, las dificultades para estas transacciones continúan sin poder resolverse por los intensos rejugos de poder entre los estados. En parte esto se explica también, como bien apunta Koc, porque la agricultura, a pesar de haber sido introducida en los espacios del GATT y de la OMC, se ha mantenido como uno de los sectores de la economía más férreamente regulados en la historia y, añadiría, subsidiados por la gran mayoría de los países signatarios (2004: 271).²¹

El GATT ha incidido en la conformación de los dos bloques comerciales que he venido comparando: la CEE/UE y el TLCAN. Ha impuesto su impronta en la construcción y la configuración de las políticas comerciales de México, en general, y de la agricultura regional, en particular. No fue sino hasta

²¹ Esta interpretación coincide con el argumento, si acaso no lo refuerza, de aquellos especialistas que conciben la agricultura como el sector de comercio más politizado de todos (Anania, Carter y McCalla, 1994).

1986 que nuestro país firmó el GATT. Esto lo hizo en respuesta a la intensificación de las presiones de la competencia global sobre la economía nacional, en particular de nuestros vecinos del Norte; así como por el pujante crecimiento de las firmas multinacionales de agroalimentos (Aaronson, 2004). Es en el contexto del cambio de modelo económico —de la sustitución de importaciones a la liberalización económica— que en pocos años, México llegó a ser una de las economías más abiertas del mundo (Vega, 2003: 51).

EL SEGUNDO MOMENTO DE LA GLOBALIZACIÓN

Al hablar de este momento me refiero al proceso socioeconómico, político y cultural que identificamos hoy día como globalización. El parteaguas lo marca la introducción de las regulaciones de calidad en el periodo 1970-1980 como uno de los más importantes principios reconfiguradores de los sistemas agroalimentarios del mundo. Representaba, en la práctica, un llamado a dejar relativamente de lado el paradigma de cantidad por calidad (véase Laso Sanz, 1991: 263). En consecuencia, los estándares de calidad se tornaron instrumentos de competencia comercial en el mercado global agroalimentario, al privilegiar como criterio productivo el precio final de la mercancía y no el volumen de producción. La calidad y toda la maquinaria (*i.e.*, científica, tecnológica y de política de estados y corporaciones transnacionales) en torno a su obtención, regulación y legitimación, empezaron a fungir así como motores de las transformaciones multidimensionales de los sistemas agroalimentarios, los hábitos alimenticios y el gusto de los consumidores.

Es importante señalar que, simultáneamente y desde la prosaica cotidianidad de distintos sectores de la sociedad civil (Leitch, 2008: 382-385; Aaronson, 2004), se fueron introduciendo otros parámetros de valoración de los alimentos construyéndose lo que se conoce como agricultura alternativa. Estas convenciones van desde aquellas vinculadas a principios éticos, de corresponsabilidad y justicia social; al cuidado y a la atención al medio ambiente y a la biodiversidad; al resguardo de las tradiciones y de las diferencias identitarias; al rescate y resignificación de lo local y del *terroir* (Busch y Bain, 2004: 324; Cornelia y Bendini, 2007: 2; Rodríguez Gómez, 2002; Rodríguez Gómez *et al.*, 2010). Estas formas distintas de dotar de valor a los alimentos fueron el resultado del surgimiento y consolidación de

grupos diversos de consumidores, medioambientalistas y defensores de los derechos humanos que fueron emergiendo en EUA, Canadá y Europa. Éstos se fueron constituyendo en sectores organizados de la sociedad civil con la finalidad de buscar alternativas a lo que percibían como efectos negativos de las formas en las que se materializaba —o, al menos, se expresaba— la globalización y tendían a reconfigurarse como parte constitutiva de dicho proceso, los sistemas agroalimentarios, tales como la uniformidad de los alimentos, el gusto y los hábitos alimenticios; la explotación de la mano de obra infantil o la dedicada a las actividades agropecuarias en los países en desarrollo; la pérdida de la especificidad local/regional/nacional, o de las tradiciones, o de lo propio; entre otros procesos (Cornelia y Bendini, 2007; Rodríguez Gómez, 2004). Paralelamente a los sistemas agroalimentarios convencionales se recrean, en consecuencia, formas añejas de hacer agricultura y se revitalizan las denominaciones de origen en Europa (Leitch, 2008; Cornelia y Bendini, 2007; Rodríguez Gómez, 2002, 2004; Rodríguez Gómez *et al.*, 2010).

La introducción de los estándares de calidad representó una forma distinta de cambio socioeconómico, cultural y político. Lo que justificó la nueva búsqueda de la calidad, plasmada en estándares universalizados, fue la idea de producir mejor, prestando especial atención a las demandas de los consumidores. Sin embargo, este ejercicio no dejaba de esconder la introducción, implementación e imposición de sistemas de jerarquías/diferenciación de valoración (*i.e.*, mayor o menor valor añadido) y, en consecuencia, la categorización y prestigio de los distintos productos agroalimentarios; los que a su vez regulaban la producción de dichos productos, los protegían de imitaciones y legitimaban el alza de su valor comercial y distinción. Al hacerlo, se buscaba también brindar a los distintos actores de los sistemas agroalimentarios de nuevas oportunidades de mercado. Éstas imponían la adopción de transformaciones e innovaciones en los procesos de producción, elaboración, mercadeo (*marketing*), comercialización, así como innovación en los productos mismos (*i.e.*, nuevos productos); sustentados estos cambios en avances en la ciencia y la tecnología.

Laso Sanz (1991: 267) argumenta que la calidad se introdujo como el criterio para diferenciar y legitimar un precio mayor de los productos distinguidos que el de las mercancías masificadas que habían perdido su singularidad en aras del abaratamiento de su costo con el fin de ser accesibles a un mayor número de consumidores. La investigadora establece un diferenciación clara entre calidad y seguridad de los alimentos al puntualizar

que los alimentos identificados como de calidad cumplían, de entrada, con los criterios higiénicos, sanitarios y bromatológicos que distinguen a la seguridad de los alimentos (*ibid.*: 267-268). Añade al respecto que los elementos distintivos de los alimentos de calidad se relacionan con las características cualitativas (percibidas o social y culturalmente asignadas, añadiría yo) de dichos bienes, entre las que se incluyen desde las materias primas utilizadas hasta los procesos de producción, los métodos particulares de elaboración, la composición del producto o el origen y, por ende, su autenticidad y especificidad (*ibid.*; Rodríguez Gómez, 2002, 2004).

Ahora bien, con el fin de complementar las formas en las que entendimos calidad en la investigación que presentamos en este libro y la definición de Laso Sanz, retomo la definición que elaboraron Watts y Goodman (en Busch y Bain, 2004: 323). La calidad se refiere, señalan estos especialistas, a atributos específicos del alimento o de la mercancía, tales como seguridad, contenido nutricional, etiquetado, procesos de producción o de la marca misma que son destacados y regulados por los estados, por las instancias multilaterales, por las corporaciones o por la gran distribución (*idem*). Esta conceptualización se halla estrechamente relacionada con las formas en las que las convenciones y otras instituciones construyen, legitiman e imponen dicha noción de calidad (*idem*).

Con el reposicionamiento de la calidad en el sistema agroalimentario mundial, el discurso y, en algunos casos, las políticas públicas cambiaron de modo significativo en los estados nacionales: se comenzó y se legitimó el proceso de diferenciación entre bienes de producción masiva y relativamente baratos y aquéllos cuya distinción se sustenta en su calidad y que, al hacerlo, se destinan a nichos distintos de mercado asegurando así un mayor valor agregado (Rodríguez Gómez, 1998, 2002). En este rubro, México no ha sido la excepción. Las exigencias de las instancias del Estado abandonan como objetivo de sus políticas la promoción de la producción en grandes volúmenes y a gran escala para abrir paso, en su lugar (o al menos complementariamente), al fomento de producción, mercantilización y promoción y rescate de mercancías agroalimentarias de calidad (Rodríguez Gómez, 2002; Lang, 2006: xv). Esto se materializa, por ejemplo, en el fomento de la reconversión productiva de cultivos básicos o tradicionales a la producción de alimentos de calidad o singulares. Se argumenta, entonces, que el seguimiento y consecución de la calidad es conveniente, ya que se premia (se paga) con un valor mucho más alto al de aquel que detenta un producto masificado. En este sentido, la calidad representa una nueva for-

ma de segmentación del mercado. Simultáneamente, las mercancías de calidad develan el carácter heterogéneo, desigual y, por tanto, jerarquizado de los consumidores, en términos de clase, tradiciones culinarias, dietas, gustos y formas de construir o acentuar su identidad, así como su distinción y prestigio.

El parteaguas legal en relación a los criterios de calidad no se dio sino hasta 1994, cuando se sumó el concepto de seguridad de los alimentos al de la calidad (*food safety*), como otro de los ejes fundamentales del comercio agroalimentario mundial, y, en consecuencia, como uno más de los principios delineadores de los sistemas agroalimentarios. Es resultado de una disyuntiva entre la cultura (*i.e.*, experiencia histórica, dieta, tradiciones, rituales) y la ciencia y tecnología (*i.e.*, el uso de hormonas para el crecimiento animal o las semillas genéticamente modificadas), el conflicto práctico, ideológico, cultural, socioeconómico y político que finalmente se reconoce y, dados los efectos comerciales se abordó de lleno en las negociaciones de la Ronda de Uruguay. Así, la discusión sobre el uso o la prohibición de hormonas en la carne llevó a que los miembros del GATT reconocieran estos desacuerdos históricos de comercio de carácter multidimensional (*i.e.*, más allá de la cuestión comercial o de las pugnas de poder que éste implicaba), y terminó por obligarlos a tomar posición sobre las implicaciones económicas, sociales y de salud que dicho conflicto representaba. Se gestó así la aceptación del cumplimiento de las reglas por los países miembros del GATT (Agreement on the Application of Sanitary and Phytosanitary Results, SPS Agreement, 1994) (Echols, 2001: 2-3). Busca fijar las reglas básicas que permitan garantizar la seguridad de los alimentos, así como los estándares de calidad a observar para lograr la salud de plantas y animales y, como corolario, la salud de los consumidores (Understanding the WTO Agreement on Sanitary and Phytosanitary Measures, en <www.wto.org>, consultado el 8 de noviembre de 2009). En este sentido, si bien se benefició a los productores, procesadores y consumidores en el caso de la carne con hormonas, se estipuló que fuese el análisis científico y tecnológico, y no las percepciones de los consumidores, ni las culturas locales las que establecieran la sanidad o, en su defecto, el peligro de los agroalimentos en términos de sanidad y nutrición sujetos a transacciones comerciales entre los estados (*idem*). A pesar de lo anterior, el SPS Agreement permite que cada país fije sus propios estándares sólo si dichas regulaciones están sustentadas en la investigación científica (*idem*).

Lo mismo sucede en el caso del *Codex Alimentarius* FAO/OMS que, en fecha reciente, se empezó a implementar a nivel mundial como uno de los imperativos de pertenencia a la OMC de parte de los 183 miembros. Este *Codex* se enmarca en el Acuerdo de la SPS antes abordado y en el Acuerdo sobre Barreras Técnicas al Comercio (TBT), como veremos más adelante (Masson-Matthee, 2007: v, vii, 1-3, 71-73). Sobra insistir en que a dichos acuerdos se les considera estrechamente ligados a valores y políticas nacionales específicas (Echols, 2001: 3-5). Empero, es significativo que el acuerdo sanitario y fitosanitario sea lo suficientemente flexible al permitir a los miembros no sólo tomar en cuenta lo que el socio defiende en términos de seguridad de los alimentos en lo relativo a la salud humana (de sus consumidores nacionales) y animal, sino que se ha permitido que este concepto incluya la protección medioambiental, en particular en lo concerniente a las prácticas dañinas de la agricultura (Aaranson, 2004).

Por último, estos requisitos de salud, riesgos, daños potenciales y seguridad agroalimentaria son concebidos como barreras al comercio más sutiles y, por ello, relativamente más fáciles de implantar y justificar que las barreras regulares y los sistemas de cuotas. Esto lo reconoce explícitamente dicho acuerdo, al tiempo que estipula que se debe evitar en lo posible que los países lo lleguen a utilizar como una variante del proteccionismo comercial. Es por ello que la OMC recomienda que sus miembros traten de elaborar dichas regulaciones a nivel doméstico de forma tal que se alineen y sean consistentes con los estándares, guías y recomendaciones que rigen las transacciones comerciales de agroalimentos en el espacio transnacional (Understanding the WTO Agreement on Sanitary and Phytosanitary Measures, en <www.wto.org>, consultado el 8 de noviembre de 2009). Esto es lo que la OMC denomina armonización de regulaciones de sanidad y fitosanitarias. Reconoce, en cualquier caso, que no es tarea de la OMC elaborar dichas normatividades (*idem*). Este reconocimiento, congruente con las prácticas de la OMC, abre el espacio para la discrecionalidad y, por ende, las fricciones y desencuentros entre quienes desean entablar transacciones comerciales.

El SPS Agreement fue el primer elemento legal que formó parte constitutiva de la OMC. Su finalidad era terminar con el alto proteccionismo y el comercio desleal que habían marcado la mayoría de las transacciones comerciales en el sector agroalimentario a partir de la Segunda Guerra mundial. Para reforzar este acuerdo y así consolidar los procesos de armonización en lo referente a las medidas de sanidad y fitosanitarias, la

OMC adopta el *Codex Alimentarius* de la FAO/OMS en 1995. Esto lo hace definiendo dicho *Codex* como el instrumento clave para la construcción de estándares de seguridad de los alimentos <<http://www.who.int/foodsafety/codex/trustfund/en/index6.html>>. Lo positivo de estas medidas, argumentan los líderes más poderosos y funcionarios de la OMC, es que dichos estándares alimentarios han sido aceptados, al menos “discursivamente”, en aras de la protección de los consumidores residentes en los países de la OMC que participaron en la Ronda de Uruguay. Paradójicamente, como antes señalé, la falta de efectividad del *Codex* en la práctica se debe a que no ha sido aceptado y mucho menos consensuado por todos los miembros de la OMC, a pesar de que los estándares del *Codex Alimentarius* son resultado de: 1] trabajo científico y tecnológico riguroso de expertos y especialistas de una gama amplia de disciplinas, países e instancias de la ONU; 2] el conocimiento producido se ha intercambiado entre dichos académicos en aras de garantizar la seguridad de los alimentos, y, finalmente, 3] el conocimiento vertido en el *Codex* ha servido como punto de referencia para la resolución de disputas, como ocurrió en el caso ya citado de las hormonas <<http://www.who.int/foodsafety/codex/trustfund/en/index6.html>>.

El segundo acuerdo significativo para el mercado agroalimentario mundial amparado en la OMC fue el Acuerdo sobre Barreras Técnicas al Comercio (TBT). Éste, al igual que el SPS Agreement, se echa a andar al reconocer los organismos y países negociadores que la gradual reducción de barreras tarifarias al comercio ha venido acompañada de un importante crecimiento de medidas domésticas que crean obstáculos técnicos a las transacciones comerciales. El TBT entró en operación en 1995, en el marco de la puesta en marcha de la OMC. Se pensó como el principal instrumento para garantizar que no se produjesen obstáculos innecesarios al comercio, ni a las regulaciones, ni a los estándares, así como tampoco las pruebas y procesos de certificación <véase <http://ec.europa.eu/enterprise/tbt/index.cfm?fuseaction=Presentation.viewPresentation&dspLang=EN>>). En realidad, el TBT tiene más que ver con evitar el incremento de regulaciones sobre el empaquetado y el etiquetado de productos agroalimentarios, entre otros. Este acuerdo introduce un cambio significativo en los sujetos en los que se enfoca: ya no son los agentes de las cadenas agroalimentarias, sino los consumidores. Se reconoce que algunas de estas normatividades tratan de cumplir objetivos legítimos, como la protección de la salud o *food safety* (para un ejemplo, véase el recuadro 1).

RECUADRO 1
EMPAQUETADO DE CHORIZO Y SALAMI DEL DUERO

Una de las leyendas en el empaquetado del chorizo y salami de la marca Del Duero, elaborados por Embutidos Selectos, S.A. de C.V. hace explícito:

Producto autorizado para ser comercializado en zonas libres o en erradicación de la fiebre porcina clásica.

El empaquetado trae el sello de calidad y sanidad que otorga la Sagarpa a algunos productos cárnicos, y apunta: [Producto alimentario] inspeccionado y aprobado por la Sagarpa México, TIF 223.

Este caso es particularmente significativo si recordamos el brote de influenza porcina, hoy llamada AH1N1; en México y en el mundo se dejó de consumir carne de cerdo debido a la creencia de que dicho alimento podía transmitir la epidemia.

Los miembros de la OMC reconocen en este nuevo marco normativo que se deben evitar regulaciones equivocadas cuyo fin sea, en el fondo, obstaculizar el comercio (i.e., convirtiéndose en una forma más del proteccionismo menos convencional y, por ende, más difícil de medir), el cual se esconde en argumentaciones de carácter técnico.

Ambos Acuerdos (SPS y TBT) son los puntales que sustentan el sistema normativo del mercado agroalimentario mundial, el *Codex Alimentarius*, aún en proceso de consolidación.

EL GATT/OMC Y LOS SISTEMAS AGROLIMENTARIOS EN LA REGIÓN DEL TLCAN

El TLCAN fue uno de los primeros acuerdos que lograron ir más allá del bilateralismo que había caracterizado al GATT prácticamente durante las últimas tres décadas de su existencia (Sanderson, 1996: 278-279).²² Se ha señalado que al ceñirse a las regulaciones del GATT, vigentes en 1994, el TLCAN se asemejaba a la CEE en el sentido de que sus lineamientos eran muy parecidos a los que regulaban el mercado comunitario (conocido como Free Trade Area, EFTA) (Greenwald, 1996: 270-271). Sin embargo, dado que México, Canadá y EUA eran miembros de GATT/OMC y, por ende, observaban la obligatoriedad de sus mandatos, no se consideró (al menos explícitamente) la necesidad de construir una política agropecuaria común, acorde a las condiciones históricas de la naciente región comercial del TLCAN.

²² El antecedente inmediato en nuestra región fue el Canadian FTA de 1989.

Cabe recalcar que en este espacio de comercio trilateral se han venido reproduciendo los ejercicios de poder que han distinguido a EUA en el marco del GATT/OMC: imperan las regulaciones de la United States Food and Drug Administration (FDA). Esto obedece a que dichas regulaciones de carácter nacional están por encima de la instancia multilateral. Dicho de otra forma, EUA acepta y se acatan las regulaciones del GATT/OMC en sus transacciones o resolución de disputas en el comercio de agroalimentos, particularmente en el marco del TLCAN, sólo si sus normatividades domésticas no son violentadas, como tampoco lo son sus prácticas proteccionistas a favor de su agricultura y sus productores. Esto explica por qué el TLCAN se ha distinguido por la intensificación de mutuas acusaciones de *dumping* entre México y EUA, que van del arroz hasta los metales (Meyer, 2003: 149). Así, el TLCAN es, a semejanza de otros espacios comerciales transnacionales, un dinámico campo de luchas de poder, en particular entre México y EUA. Al respecto no está de más recordar que México pasó de ser “vecino distante” a “socio cercano”, casi dependiente de los EUA gracias al TLCAN (Bizberg, 2003; Meyer, 2003a). El cambio en la naturaleza de la relación no ha conllevado igualdad alguna en términos de poder y, por ello, de equidad en las transacciones comerciales entre los dos socios. Lo que distingue al TLCAN de la UE, entre otras cuestiones y procesos, es la reproducción constante de la inequidad al interior de dicho espacio. En marcado contraste con la CEE, el TLCAN buscó, explica Sanderson, construir un sistema comercial abierto, el cual por ningún motivo erigiera barreras comerciales en contra de países fuera de la región (*ibid.*: 279). En relación con esto, es pertinente rescatar el planteamiento de Meyer que apuntala nuestra propuesta inicial: la puesta en marcha del TLCAN no buscó, en momento alguno, la construcción de un mercado común (Meyer, 2003: 142). Esto a pesar de que a finales de los años ochenta, una comisión binacional cuyo objetivo era el estudio del futuro de las relaciones México-Estados Unidos recomendó a ambos gobiernos “impulsar la formación de un mercado común de América del Norte que contemplara un esquema de integración entre México, EUA y Canadá, similar al que ya operaba en la Comunidad Europea” (*ibid.*: 141). La idea de un mercado común norteamericano a la europea era prácticamente inviable dadas las marcadas diferencias históricas entre los dos mercados: el potencial espacio a construir, el del TLCAN *vis-à-vis* el de la UE, que estaba a punto de pasar de un espacio comercial a otro de carácter supraestatal, no sólo en lo económico, sino en lo sociocultural y político a pesar de la gran diversidad al interior de ésta.

Lo que ciertamente comparten el TLCAN y la CEE/UE, en el contexto de la integración comercial regional de América del Norte, son las transformaciones fundamentales que sus normatividades y prácticas han impuesto a los sistemas agroalimentarios. También comparten la penetración de la gran distribución y los cambios multidimensionales que les acompañan como parte de estos procesos de integración e interpenetración. Basta recordar que, a partir de la consolidación de la CEE, las poderosas cadenas de supermercados de Francia, Gran Bretaña y Holanda (*i.e.*, Carrefour, Tesco, Ahold) cruzaron sus respectivas fronteras nacionales en búsqueda de nichos de oportunidad que les daba el mercado europeo más allá de sus estados (Seth y Randall, 2001, 2005). De hecho, y como parte del paraguas que les ofrecía el GATT, algunas de estas firmas se trasladaron a EUA. De igual forma, Wall-Mart comenzó la lucha por el mercado de la gran distribución en el territorio de sus dos socios comerciales, Canadá y México (Seth y Randall, 2005: 90-97). El éxito que tiene en México, su más importante mercado a la fecha, no tiene que ver con que Wall-Mart haya logrado materializar el triunfo de las convenciones privadas sobre las públicas, como parecen argumentar Busch y Bain (2004). Sostengo lo anterior a pesar de que las clases medias urbanas mexicanas, que se abastecen de alimentos en Wall-Mart, legitiman sus compras en términos de la superior calidad que caracteriza a los productos que se ofertan en dicho establecimiento. Considero que en este caso a la calidad, en tanto criterio configurador de los sistemas agroalimentarios, de la gran distribución y del consumo, se le suma la dimensión cultural que objetiva Wall-Mart para un sector significativo de mexicanos: la cotidianidad estadounidense que tanto se anhela emular.²³

La introducción de la calidad, las regulaciones y sistemas de certificación públicas y privadas que ha conllevado su reposicionamiento en el concierto mundial, el surgimiento de sistemas/jerarquías de valoración de los agroalimentos que se suman e intentan desplazar a la calidad, en tanto forma de poder de las instancias transnacionales, de los estados, de las grandes corporaciones agroalimentarias han afectado, y continúan dejando

²³ Sé que esta propuesta interpretativa será rechazada por colegas y grupos de mexicanos cuya identidad mexicana, *mexicanidad*, se sustenta, significativamente, en el rechazo de EUA y de sus formas de vida. Empero, sectores importantes de las clases medias urbanas y muchos de nuestros conciudadanos que han vivido y trabajado en EUA estarían de acuerdo con este argumento (Rodríguez Gómez, notas de campo, 2006-2009).

su impronta en las formas de producción, abasto (comercialización y distribución) y consumo entre la población de los tres países.

Los tres socios comerciales, al igual que los sistemas agroalimentarios de la región del TLCAN, carecen de una política común agroalimentaria. Lo que esta amplia diversidad de agentes socioeconómicos entienden, regulan, vigilan y legitiman por calidad se debería ceñir, en principio, a las convenciones que marca como obligatorias la OMC: el *Codex Alimentarius*, entre las más importantes. Esto no sucede en este espacio, ni tampoco en el espacio multilateral global. La calidad, y la maquinaria que se ha creado para su legitimación y certificación, la impone la instancia con mayor poder. Sin embargo, los espacios para la contención y la resistencia los abre la polifonía que distingue a la calidad. Esta es la razón por la que resulta difícil hacer referencia únicamente al proceso de homogeneización que se supone que el TLCAN y las grandes corporaciones han estado construyendo en las últimas décadas en esta región al ser parte constitutiva de la globalización. Más bien debemos referirnos a la complementariedad y la diversidad que están en constante proceso de construcción y deconstrucción, a la par de las tendencias a la uniformización que resultan del carácter fugaz, fluido y poroso de las ideas y las prácticas de calidad.

El reto es, entonces, aprehender el siempre fluido entretrejimiento entre diversidad y uniformización que se está dando en los sistemas agroalimentarios de América del Norte, junto con los esfuerzos por sustentar y legitimar estos procesos con los avances de la ciencia y la tecnología.

REFERENCIAS

- Aaronson, Susan A., 2004. *Taking Trade to the Streets. The Lost History of Public Efforts to Shape Globalization*, Ann Arbor, The University of Michigan Press.
- Anania, G., C.A. Carter, y A.F. McCalla, 1994. *Agricultural Trade Conflicts and the GATT: New Dimensions in U.S.-European Agricultural Relation*, Boulder, Westview Press.
- Barrientos, Stephanie, y Catherine Dolan, 2006. Transformation of global food: opportunities and challenges for fair and ethical trade, en Stephanie Barrientos y Catherine Dolan (eds.). *Ethical Sourcing in the Global Food System*, Sterling-Londres, Earthscan.
- Bizberg, Ilán, 2003. Introducción, en Ilán Bizberg y Lorenzo Meyer (eds.), *Una historia contemporánea de México. Transformaciones y permanencias*. México, Océano.

- Boas, Morten, y Desmond McNeill, 2003. *Multilateral Institutions. A Critical Introduction*, Londres–Sterling, Pluto Press.
- Busch, Lawrence, y Carmen Bain, 2004. The transformation of the global agrifood system, *Rural Sociology* 9 (3): 321-346.
- Commission of the European Communities, 2000. *The White Book on Food Safety*. Bruselas, Commission of the European Communities.
- Cornelia Butler, Flora, y Monica Bendini, 2007. Globalization and changing relations among market, state and civil society: a comparative analysis of Patagonia and Iowa, *International Journal of Sociology of Food and Agriculture* 15 (2): 1-21.
- Diebold Jr., William, 1996. From the ITO to GATT —and back?, en Orin Kirshner (ed.), *The Bretton Woods-GATT System. Retrospect and Prospect After Fifty Years*, Nueva York, M.E. Sharpe.
- Echols, Marsha A., 2002. *Food Safety and the WTO. The Interplay of Culture, science and technology*, Londres–La Haya–Nueva York, Kluwer Law International.
- Encinas, Alejandro, Juan de la Fuente y Horacio Mackinlay (coords.), 1992. *La disputas por los mercados. TLC y sector agropecuario*. México, Diana–H. Cámara de Diputados LV Legislatura.
- European Communities, 2007. *Fifty Years of Food Safety in the European Union*. Luxemburgo, European Commission–Health & Consumer Protection Directorate-General.
- Greenwald, Joseph A., 1996. Regionalism, multilateralism, and American leadership, en Orin Kirshner (ed.), *The Bretton Woods-GATT System. Retrospect and Prospect After Fifty Years*, Nueva York, M.E. Sharpe.
- Gross, Joan, 2008. Constructing a community food economy, ponencia presentada en la reunion annual de la American Anthropological Association.
- Heffernan, William D., y Douglas H. Constance, 1994. Transnational corporations and globalization, en Alessandro Bonanno et al. (eds.), *From Columbus to Cognara. The Globalization of Agriculture and Food*, Kansas, University Press of Kansas.
- Koc, Mustafa, 1994. Globalization as a discourse, en Alessandro Bonanno, et al., *ibid.*
- Lang, Tim, 2006. Preface, en Stephanie Barrientos y Catherine Dolan (eds.), *Ethical Sourcing in the Global Food System*, Londres–Sterling, Earthscan.
- Laso Sanz, Cristina, 1991. Política de calidad alimentaria: protección de los consumidores y expectativa de los productores, en *Revista de Estudios Agro-sociales*, 157: 263-284.
- Leitch, Alison, 2008. Slow food and the politics of pork fat: Italian food and European identity, en Carole Counihan y Penny Van Esterik (eds.), *Food and Culture. A reader*, 2a. ed., Nueva York–Londres, Routledge.
- Llambí, Luis, 2004. Opening economies and closing markets: Latin American

- agricultural's difficult search for a place in the emerging global order, en Alessandro Bonanno *et al.* (eds.), *ibid.*
- Masson-Mathee, Mariëlle D., 2007. *The Codex Alimentarius Commission and its Standards*, La Haya, TMC Asser Press.
- Meyer, Lorenzo, 2003. La visión general, en Ilán Bizberg y Lorenzo Meyer (eds.), *Una historia contemporánea de México. Transformaciones y permanencias*, México, Océano.
- Meyer, Lorenzo, 2003a. Estados Unidos: de la vecindad distante a la proximidad difícil, en Ilán Bizberg y Lorenzo Meyer (eds.), *Una historia contemporánea de México. Transformaciones y permanencias*, México, Océano.
- Milward, Alan S., 1993. *The European Rescue of the Nation-State*, Berkeley-Los Ángeles, University of California Press.
- Nestle, Marion, 2002. *Food Politics. How the Food Industry Influences Nutrition and Health*. Berkeley-Los Ángeles-Londres, University of California Press.
- Organización Mundial del Comercio, 2010. *Entender a la OMC*. Ginebra, División de Información y Relaciones Exteriores, Organización Mundial del Comercio.
- Rodríguez Gómez, Guadalupe, 1998. Introducción, en Guadalupe Rodríguez y Patricia Chombo (coords.), *Los rejugos de poder. Globalización y cadenas agroindustriales de leche en Occidente*, Guadalajara, CIESAS-CIATEJ-SIMorelos-Conacyt-Paiepeme-UAM-Xochimilco, pp. 9-34.
- Rodríguez Gómez, Guadalupe, 1999. Weaving quality and power: The domestication of global conventions among dairy farmers in Western México, *Journal of Urban Anthropology and Studies of Cultural Systems and World Economic Development* 28 (3-4): 327-371.
- Rodríguez Gómez, Guadalupe, 2002. *El mercado de la distinción*, Guadalajara, Sagarpa-Conacyt-CIESAS.
- Rodríguez Gómez, Guadalupe, 2004. El derecho a ostentar la denominación de origen: Las disputas por la hegemonía en el mercado agroalimentario mundial en *Revista Desacatos*, 15-16: 171-196.
- Rodríguez Gómez, Guadalupe, *et al.*, 2009. National sovereignty through food in Mexico, *Journal Food and Foodways. Special Issue*. (En dictámen).
- Rodríguez Gómez, Guadalupe, *et al.*, 2010. La calidad y la integración de las cadenas agroalimentarias en la región de América del Norte: México y EU UU, en Ismael Barajas *et al.* (coords.), *Senderos de integración silenciosa en América del Norte*, México, El Colegio de México-UNAM, Instituto de Investigaciones Sociales.
- Rubio, Blanca, 1995. La vía agroexportadora neoliberal en América Latina y el nuevo orden agrícola internacional, en Alejandro Encinas (coord.), *El campo mexicano en el umbral del siglo XXI*, México, Espasa Calpe.
- Ruggiero, Renato, 2000. Opening remarks at the 50th anniversary symposium, en World Trade Organization y Kluwer Law International, *From GATT to the WTO: The Multilateral Trading System in the New Millennium*, La Haya, Anthony Rowe.

- Sanderson, Fred H., 1996. Agriculture and multilateralism, en Orin Kirshner (ed.), *ibid.*
- Seth, Andrew, y Geoffrey Randall, 2005. *Supermarket Wars. Global Strategies for Food Retailers*, Londres–Nueva York, Palgrave MacMillan.
- Tamames, Ramón, y Mónica López, 1999 (2002). *La Unión Europea*, Madrid, Alianza Editorial.
- Tratado de Libre Comercio de América del Norte, 1994. Apéndice: Sector agropecuario y medidas sanitarias y fitosanitarias, en Alejandro Encinas *et al.* (coords.), *La disputas por los mercados. TLC y sector agropecuario*, México, Diana-H. Cámara de Diputados LV Legislatura.
- Vega Cánovas, Gustavo, 2003. De la protección a la apertura comercial, en Ilán Bizberg y Lorenzo Meyer (eds.), *Una historia contemporánea de México. Las políticas*, México, Océano.

2

LA SEGURIDAD ALIMENTARIA EN EL CONTEXTO DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE AMÉRICA DEL NORTE

Kirsten Appendini, Amber McNair y Lois Stanford

El objetivo de este capítulo es revisar comparativamente la política de seguridad alimentaria en los tres países miembros del TLCAN con el fin de establecer el contexto institucional en el que se desarrollan los productos agropecuarios a que se refieren los estudios de caso en los capítulos siguientes. Como se argumenta extensamente en el capítulo 1, el TLCAN es un acuerdo comercial y no un proyecto de integración económica regional, de ahí que cada país haya seguido políticas de seguridad alimentaria de acuerdo con su posición individual en el escenario global y con sus intereses.

Las políticas de seguridad alimentaria en EUA y Canadá se han enfocado sobre todo a la agricultura, mientras que México ha girado sus políticas hacia la población consumidora con el propósito de garantizar el acceso a los alimentos.

En el contexto de las políticas de seguridad alimentaria, el concepto de “calidad” se refiere en los tres países a la seguridad de los alimentos (*food safety*). Es sólo en los últimos años cuando en EUA y Canadá se comienza a incluir la “calidad” como un concepto más amplio de la política alimentaria, como es, por ejemplo, el incipiente apoyo a la producción orgánica o conservación de suelo o prácticas amables con el medio ambiente.

La “calidad” y la construcción de este concepto es, sobre todo, resultado del comercio regional e internacional, como se señala en el capítulo 1, y en ese sentido México la incluye como parte de su política de comercio exterior.

Se presenta primero una revisión del concepto de seguridad alimentaria, y cómo se ha modificado con el objeto de adecuarse a la transformación del sistema agroalimentario global bajo la liberalización comercial. En la segunda sección se revisan las políticas de seguridad alimentaria de los tres socios del TLCAN. Brevemente se presentan las características de la agricultura en cada país y las tendencias del comercio entre los socios.

EL CONCEPTO DE SEGURIDAD ALIMENTARIA

RECUADRO 1
SEGURIDAD ALIMENTARIA

"Existe seguridad alimentaria cuando todas las personas tienen en todo momento acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimenticias y sus preferencias en cuanto a los alimentos a fin de llevar una vida activa y sana."

(FAO, 1996; Cumbre Mundial sobre la Alimentación, 1996).

La Cumbre sobre seguridad alimentaria, celebrada en 2009 por la FAO agrega: "Los cuatro pilares de la seguridad alimentaria son disponibilidad, acceso, utilidad y estabilidad. La dimensión nutricional es integral al concepto de la seguridad alimentaria". <http://www.fao.org/fileadmin/templates/wsfs/Summit/Docs/Final_Declaration/K60505_WSFS_OEWG_06.pdf>.

La definición de seguridad alimentaria aceptada por los países miembros de la FAO, en la Cumbre Mundial sobre la Alimentación de 1996 y ratificada por la Cumbre sobre seguridad alimentaria en noviembre de 2009, es la referencia que impera hasta hoy en las políticas públicas en las agencias internacionales y en la mayoría de los países.

El concepto pone el acento en el acceso a alimentos suficientes, inocuos y nutritivos, e incluye las preferencias, esto es el acceso a alimentos de preferencia. Lo que significa primero, que la población tenga los medios para obtener alimentos; segundo, que los alimentos sean inocuos y nutritivos, y tercero, que tenga acceso a alimentos de su preferencia. La calidad es entendida en el sentido "técnico y científico: inocuidad y nutritivo:¹ el concepto "preferencias" no se define. En 2009 se pone también énfasis en la dimensión nutricional. Como hemos argumentado con anterioridad, se puede entender por "preferencia" de los consumidores los alimentos que se atienen a sus costumbres, cultura, etc. (Appendini, García y De la Tejera, 2003). En este sentido, "preferencias" incorporan la "calidad" en un sentido amplio, construido como procesos con múltiples especificidades por actores diversos como se señala en el capítulo 1. Cómo veremos más adelante, las políticas públicas en la mayoría de los países se han enfocado primor-

¹ Comprende el concepto de seguridad como *food safety* en inglés (seguridad de los alimentos) a diferencia de *food security* (seguridad alimentaria).

dialmente al primer elemento, acceso, y posteriormente al segundo, la calidad como un concepto científico-técnico concretizado en la inocuidad y atributos nutritivos que se miden en calorías, proteínas, energía. Las preferencias a fin de llevar una vida activa y sana no han sido objeto de las políticas públicas de seguridad alimentaria, salvo quizás en el caso de la política de seguridad alimentaria de la Unión Europea.

En la sección siguiente veamos cómo se ha traducido el concepto de seguridad alimentaria en los países miembros del TLCAN, pero antes presentaré un breve recorrido por el concepto de seguridad alimentaria en el pasado, con el fin de señalar los cambios que han marcado las decisiones de los países en la materia. El argumento es que el concepto se ha ajustado de acuerdo a las tendencias y contextos de la economía global y los intereses de los países desarrollados/industrializados que desde los ochenta han sido excedentarios en productos alimentarios básicos.

El concepto de seguridad alimentaria ha cambiado desde la adopción del término en la Cumbre Mundial de la Alimentación de 1974.² La seguridad alimentaria se definió como la disponibilidad de oferta adecuada de alimentos básicos para sostener un consumo creciente de alimentos (<www.fao.org/docrep/005/y4671e/y4671e06.htm>). En esta definición el problema es uno, de oferta.³ Los países, sobre todo los que están en vías de desarrollo, tenían como objetivo la producción nacional para satisfacer la demanda de sus crecientes poblaciones. La revolución verde se había convertido en la vía para lograr aumentar la productividad de los principales cultivos de alimentos básicos y la difusión del *expertise* técnico era una de las funciones principales de organismos internacionales como la FAO.

En el transcurso de los años ochenta, el enfoque sobre seguridad alimentaria fue girando la atención hacia la demanda, esto es, el acceso por parte de la población a los alimentos. La oferta y autosuficiencia a nivel de países fue perdiendo importancia en el contexto de la globalización de las economías y las políticas de liberalización comercial. Pobreza y nutrición fueron temas que adquirieron mayor atención. La problemática de la seguridad alimentaria no era de abasto sino de distribución, como lo señaló Amayta Sen (1981) en su obra seminal sobre hambre y pobreza, *Poverty and Famines*.

² Autores que revisan el concepto, son entre otros Maletta y Gómez, 2004; Maxwell y Slater, 2003.

³ La definición se remite al problema al final de la Segunda Guerra mundial cuando Europa enfrentó la necesidad de garantizar alimentos a la población devastada por la guerra. La FAO se fundó en 1948, el Programa Mundial de Alimentos, en 1945.

La problemática de “seguridad” alimentaria obligaba a dar atención a la “inseguridad” alimentaria de vastos grupos de población en el mundo. De esta manera, los conceptos de vulnerabilidad, riesgo y estrategias con que los individuos y los hogares enfrentan la escasez o falta de alimentos se convirtieron en temas claves en el análisis y en las políticas públicas relacionados con el tema.⁴

Este enfoque predominó en la definición adoptada en la Cumbre Mundial de la Alimentación de 1996. En el mundo globalizado el concepto de seguridad alimentaria se refiere, por tanto, no a un problema de abasto nacional, mucho menos de autosuficiencia, sino a un fenómeno relacionado con los hogares y sus individuos, y su situación de vulnerabilidad para adquirir los alimentos (<www.fao.org/docrep/005/y4671e/y4671e06.htm:3>).

La política de seguridad (o inseguridad) alimentaria concierne en consecuencia a un sistema complejo que abarca la oferta (producción, comercio y distribución) de alimentos y la demanda (el acceso o derecho —*entitlements*— sobre ingreso monetario, recursos, trabajo, transferencias públicas, intercambios, regalos etc.).⁵ Como en el pasado, sigue enfocado a la población que padece hambre, desnutrición, que no tiene los medios para obtener los alimentos suficientes y nutritivos; en otras palabras, a un problema de “pobreza”.

En el ámbito de la liberalización comercial, el problema de la oferta se consideró resuelto, ya que los excedentes de granos y oleaginosas de los países desarrollados —EUA, la Unión Europea principalmente— exportaban alimentos básicos a precios bajos (y subsidiados) a los países deficitarios.

Esta visión ha predominado hasta que se reconoce la “crisis alimentaria mundial” manifestada en el alza de precios de los productos agrícolas básicos a finales de 2006 y la previsión de una estabilización de los precios en niveles más altos anterior a 2007.⁶ Ejemplo de ello es el Informe de desa-

⁴ Véase el Informe del Banco Mundial de 1986 sobre *Poverty and Hunger*; Reutlinger, 1986; PNUD, *Human Development Report* de 1994.

⁵ A nivel internacional se han discutido y desarrollado complejas metodologías para el análisis y seguimiento de la situación de sistemas de alimentarios en los países, la vulnerabilidad de distintos grupos de población ante diversos riesgos de estar en condiciones de hambre y los mecanismos de enfrentar riesgos y situaciones de hambre (ver por ejemplo, FAO, SICIAY, Sistemas de Información y Cartografía de la Inseguridad Alimentaria y la Vulnerabilidad).

⁶ El incremento de los precios de los alimentos a principios de 2011 apuntan a que la crisis alimentaria global no es coyuntural.

rrollo 2008 del Banco Mundial, *Agriculture for Development* (Banco Mundial, 2007), que pone el acento en la importancia de la agricultura de alimentos básicos en los países donde esta actividad sigue siendo una actividad de la mayoría de la población (África del Subsahara, fundamentalmente). Sin embargo, no considera las consecuencias de la crisis alimentaria global del 2007-2008, ni la importancia de revitalizar la agricultura en los países que categoriza como semi y urbanizados que deben enfocar sus esfuerzos a la agricultura competitiva a nivel internacional. Un cuerpo de investigación empírica contrarresta esta visión y señala las limitaciones de la estrategia de incorporación al mercado mundial de agricultores pequeños y medianos. Entre la evidencia más reciente cabe señalar la investigación del proyecto RuralStruc auspiciado por el propio Banco Mundial y la Cooperación Francesa que muestra que en los hogares rurales en siete países, estudios de caso, con muy distintos niveles de desarrollo y estructuras económicas y demográficas, las estrategias económicas de los hogares rurales muestran tendencias similares: son pocas las regiones y, dentro de ellas, los casos, en que los hogares rurales han logrado insertarse con éxito en los mercados mundiales dinámicos. En general, las ocupaciones de bajo ingreso fuera de la agricultura o como jornaleros es la estrategia más socorrida, siendo la migración la más rentable, la pobreza persiste en la mayoría de los hogares rurales.⁷

La agricultura volvió a ser debatida en el escenario internacional. FAO celebró la Cumbre Mundial de Seguridad Alimentaria en Roma, en noviembre del 2009, cuya declaración final subraya la necesidad de volver a invertir en las agriculturas nacionales, que fueron abandonadas durante 20 años, como parte de la crisis alimentaria global actual y de la inseguridad alimentaria, ahora de un billón de personas en el mundo (fao.org/docrep/fao/Meeting/018/k60600.pdf). En distintos foros internacionales se ha insistido en la pertinencia de dar atención a las agriculturas nacionales e, inclusive, se ha reconocido el abandono por parte de las políticas públicas, de la agricultura de productores campesinos y, en general, la agricultura de básicos en los países en desarrollo.⁸

⁷ Los estudios de caso se realizaron en Senegal, Mali, Madagascar, Kenia, Marruecos, Nicaragua y México. Véase RuralStruc, 2010.

⁸ Esto quedó manifiesto en varias reuniones internacionales desde 2008 como la declaración de los países miembros de G8 en la Cumbre 2009 en L'Aquila "Joint Statement on Global Food Security. L'Aquila Food Security Initiative; y la organización por parte de la FAO de la Cumbre Mundial para Seguridad Alimentaria, en noviembre de

En la discusión internacional se añaden, además, otras problemáticas: el cambio climático que se relaciona de manera estrecha con la actividad agrícola. La conferencia sobre la seguridad alimentaria en el contexto de cambio climático convocada por la FAO/IFAD (International Fund for Agriculture and Development) o FIDA, por sus siglas en español-WFP (Programa Mundial de Alimentos) en 2008, confirma la necesidad de enfrentar el complejo problema de cambio climático en relación con la seguridad alimentaria y actuar por medio de las políticas públicas para enfrentar los retos que significa. En este contexto, también resulta muy relevante (e irónico) el señalamiento de que la crisis ha puesto en relieve la fragilidad del sistema alimentario mundial y su vulnerabilidad ante los cambios violentos en el entorno mundial. Asimismo, cabe destacar la importancia dada a la biodiversidad como elemento para garantizar el futuro de una agricultura sustentable y el papel de pequeños agricultores en el desarrollo de este futuro. Esta perspectiva es un cambio fundamental en el discurso internacional sobre seguridad alimentaria.

Al mismo tiempo, no se descarta que la liberalización del comercio internacional y la remoción de distorsiones de mercado en el ámbito internacional siguen siendo un requisito para asegurar el abasto de alimentos. Sigue habiendo, por tanto, una tensión entre la propuesta de dar atención a la agricultura en los países donde todavía persisten baja productividad y pobreza rural, y los intereses a favor de un comercio global libre de distorsiones.

En lo que se refiere a la “calidad”, esto se ha desarrollado ampliamente en el capítulo 1. Sólo cabe recapitular para fines de esta discusión: la calidad, entendida como seguridad de los alimentos (“*food safety*”), tiene como referencia las regulaciones básicas internacionalmente consensuadas como regulación internacional y la consecuente adopción de normas y estándares internacionales como son el *Codex Alimentarius* (FAO) y, por parte de la Organización Mundial del Comercio, Agreement on Fitosanitary and Phytosanitary Measures (SPS) y Agreement on Technical Barriers to Trade (TBT) que son suscritos por los países y guían las políticas de seguridad alimentaria nacional, a la vez que son requisitos para el comercio internacional.

El segundo enfoque sobre calidad (preferencias), entendida como atributos de los consumidores, ha adquirido mayor importancia en las

2009. High Level Conference on World Security: The Challenges of Climate Change and Bioenergy. Organizado por FAO, WFP, FIDA en Roma, 2008. Véanse también Timmer, 2009; Von Braun, 2008.

últimas décadas en el marco de un comercio internacional creciente y una integración compleja y global de las cadenas de productos alimentarios que satisfacen las demandas de sociedades afluentes en donde la calidad rige sobre el precio.⁹ En este ámbito, se ha posicionado el sector privado y se han elaborado distintas normas y estándares para productos específicos por parte de entidades privadas que se constituyen en certificadores reconocidos en su ámbito de competencia (véanse los capítulos 1 y 5).

El concepto de seguridad alimentaria presentado —consensuada oficialmente por los países miembros de la FAO y con variaciones en los énfasis por otros organismos internacionales, como el Banco Mundial (2007); el International Food Policy Research Institute (IFPRI) (Hoddinott, 1999); y el IFAD (Maxwell y Frankenberger, 1992), ha sido profundamente confrontado por movimientos alternativos de la sociedad civil que han adquirido una presencia importante a nivel global.

RECUADRO 2 SOBERANÍA ALIMENTARIA

La soberanía alimentaria es el derecho de los pueblos, los países y las uniones de estados, a definir sus políticas agropecuarias y de producción de alimentos sin imponer el *dumping* a terceros países. Soberanía alimentaria es organizar la producción y el consumo de alimentos de acuerdo a las necesidades de las comunidades locales otorgando prioridad a la producción y el consumo locales domésticos. Soberanía alimentaria incluye el derecho de proteger y regular su producción nacional agrícola y ganadera, así como a proteger sus mercados domésticos del *dumping* de los excedentes agrícolas y de las importaciones a bajos precios de otros países. Campesinos sin tierra, productores rurales deben tener acceso a tierra, agua, semillas y recursos productivos, y servicios públicos adecuados. La soberanía alimentaria y la sustentabilidad son elementos altamente prioritarios ante las políticas de comercio. <http://www.viacampesina.org/main_sp/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=27&Itemid=44>. Consultado el 14 de septiembre de 2009.

La Vía Campesina es la red internacional que destaca en sus análisis, propuestas y acciones para lograr un concepto alternativo de seguridad alimentaria más amplia que define “soberanía alimentaria” arraigada en una visión alternativa de la agricultura y en los consumidores que comprende lo ambiental y lo cultural, en suma, la sustentabilidad económica, social y ambiental (véase el recuadro 2). Los enfoques alternativos están logrando

⁹ Situación que puede estar cambiando rápidamente en el contexto de la crisis global.

un consenso creciente entre muy diversos sectores de la sociedad, no sólo entre activistas.

En el ámbito académico, como se mencionó en la introducción de este libro, hay un movimiento importante en materia de estudios alimentarios (*food studies*) que se han ocupado del análisis crítico de los regímenes agro-alimentarios globales en sus distintos periodos, el estudio y construcción de sistemas alternativos basados en la sustentabilidad, la valoración local y cultural y, sobre todo, la de los pequeños agricultores y los modos de vida rural como opción para un modelo de desarrollo económico, social y ambientalmente más equitativo y sustentable.¹⁰

LAS POLÍTICAS DE SEGURIDAD ALIMENTARIA EN LA REGIÓN DEL TLCAN

El objetivo de esta sección es presentar brevemente las políticas de seguridad alimentaria en cada uno de los países socios del TLCAN.¹¹ Nuestro argumento es que cada país ha construido sus políticas de acuerdo a sus necesidades e intereses nacionales. A diferencia de la Unión Europea que persigue objetivos comunes para los países de la región y ha homologado las normas y reglamentos en relación con la política agrícola y la seguridad alimentaria (Comisión de las Comunidades Europeas, 2000), esto nunca se ha planteado como objetivo de la región y, por tanto, no hay convergencia entre las políticas de seguridad alimentaria en la región. Por ser un tratado comercial cada país ha defendido sus intereses. En las condiciones de asimetrías agudas entre los socios, México se sitúa como país dependiente del abasto de alimentos frente a sus socios.

Las políticas de seguridad alimentaria obedecen a objetivos de cada país, y por tanto atienden a las problemáticas que conciernen a la población. México tiene como propósito primordial atender el acceso a alimentos en suficiente cantidad y a precios bajos para la población, dado los altos índices de pobreza; mientras que sus socios enfocan sus políticas para apoyar a la agricultura y satisfacer los requerimientos de “calidad” y seguridad

¹⁰ Véase también McMichael, 2000; Friedmann y McNair, 2008; Constance, 2008. Como ejemplo de un foro de discusión en esta línea, véase la revista *Agriculture and Human Values*.

¹¹ No es el objetivo analizar los efectos del tratado. Existe una literatura amplia sobre acerca de las consecuencias del TLCAN sobre la agricultura y la seguridad alimentaria. Véase, por ejemplo, Appendini, 2008; González y Macías, 2007; Puyana y Romero, 2008.

de los alimentos, así como para atender a los grupos específicos de población “pobres”, sobre todo urbanos.

La asimetría entre las condiciones económicas y sociales así como los objetivos de las políticas de seguridad alimentaria es el argumento para que México haya adoptado la estrategia de las ventajas comparativas: importando los alimentos básicos a “precios bajos” y exportando bienes agropecuarios de alto valor en el mercado internacional, como frutas y verduras, entre otros. Pero nuestra premisa es que esta especialización también se puede interpretar desde otra óptica: la importación de “cantidad” y la exportación de “calidad”. En este sentido lo “cuantitativo” como eje de la política de seguridad alimentaria de México hace caso omiso de las preferencias de los consumidores también en un sentido amplio que incluye las costumbres y la cultura. Al mismo tiempo, la “calidad” se convierte en una prerrogativa de los consumidores que puedan pagar por ella, esto es destinado al mercado exterior. A su vez, esta “calidad” se logra en el país productor, en condiciones de producción que logran la competitividad internacional con base en estándares laborales y ambientales bajos o nulos, a excepción del caso de los bienes sujetos a comercio justo en lo laboral u orgánicos en lo ambiental, por ejemplo, el caso del café certificado con dichos atributos.

Como veremos más adelante, esta “calidad” unilateral (para los consumidores pero no para los productores) ha sido promovida por el sector privado, lo que ha posicionado el comercio al menudeo, en particular los supermercados, como un actor poderoso en las cadenas agroalimentarias globales con capacidad de instrumentar normas y estándares (véanse los capítulos 5 y 6).

A continuación se resumen brevemente los lineamientos generales de las políticas en cada uno de los tres países. En ellos la intervención en el abasto y el acceso a los alimentos data desde los años treinta en que el Estado introduce políticas de seguridad alimentaria con el fin de combatir los efectos de la depresión económica de aquella década.

ESTADOS UNIDOS

En este país históricamente se ha apoyado a los predios agrícolas familiares y a la fuerza de trabajo, el desarrollo de la productividad y la investigación. Antes de la Gran Depresión se instrumentaron varias leyes con estos fines como The Grain Futures Act, 1922. Posteriormente se legisló The Agricul-

tural Marketing Act, 1929 y el Agricultural Adjustment Act, 1933. Con esto se estableció un sistema permanente de subsidios a los agricultores, primero mediante precios —y control de la oferta— y más tarde con el apoyo al ingreso directo de los agricultores. La intervención del gobierno en el financiamiento a la agricultura también se consolidó en los años treinta con la Ley de Crédito Agrícola de 1933.¹²

En sus diversas modificaciones, los subsidios a los precios o al ingreso han sido los ejes de la política agrícola hasta la fecha. El apoyo a los precios alentó la producción de ciertos bienes, sobre todo granos, mientras que no incluyeron a otros, como las frutas y los vegetales. Con los años, la política agropecuaria se ha ajustado y modificado de acuerdo con las condiciones cambiantes de la economía, la agricultura, los objetivos de la política agroalimentaria, etc., pero sin modificar los principios de apoyo a la producción que se ha sostenido por más de 70 años.

Después de la Segunda Guerra mundial, los altos logros en la productividad agrícola en EUA, dieron lugar a excedentes en la producción y la política se fue orientando a la economía de mercado. La primera Ley Agrícola (las leyes sucesivas se conocen en general como *Farm Bill*) fue promulgada en 1949, y se considera una ley permanente que se renueva cada cuatro a seis años.¹³

Con el *Farm Bill*, EUA cuenta con un marco legislativo articulado para instrumentar su política de seguridad alimentaria, ya que, como se aprecia en el recuadro 3, el *Farm Bill* comprende un conjunto de leyes, políticas y legislación que abarca lo referente a seguridad alimentaria desde la producción agrícola hasta la distribución de alimentos, y problemas de nutrición y hambre de la población “pobre”.

Una política con importantes efectos internacionales fue la ley para la asistencia alimentaria con el envío de excedentes a países en desarrollo (*Agricultural Trade and Assistance Act*), en 1954. Con ello comenzó la penetración a los mercados sobre todo en países en desarrollo. Por otra parte, hubo una serie de leyes para controlar la oferta, como fueron la legislación sobre la conservación del suelo (*Soil Conservation and Domestic Allotment Act*), 1956, y la legislación sobre el control de superficies cultivadas, 1973.

¹² Para una revisión de las políticas agropecuarias en EUA, véase Dimitri *et al.*, 2005.

¹³ De no ser modificados diversos capítulos, programas, etc., de la ley, rigen las disposiciones originales del 1949.

RECUADRO 3 FARM BILL VIGENTE

La ley correspondiente al periodo 2008 a 2012 es la Food Conservation and Energy Act of 2008 y rige los programas federales agrícolas y programas relacionados en materia de "apoyos al ingreso y a precios de productos, crédito, riesgo; conservación de suelo, recursos naturales y agua; protección de suelos agrícolas; asistencia alimentaria y asistencia a desarrollo agrícola en el exterior; la promoción al acceso internacional de productos norteamericanos; los bonos para adquisición de alimentos (*food stamps*), la distribución nacional de alimentos e iniciativas nutricionales; iniciativas para el desarrollo de las comunidades rurales y desarrollo rural, eficiencia energética, agua, disposición de desechos, acceso a tecnología de banda ancha, investigación en áreas críticas de la agricultura y los alimentos; acceso y sustentabilidad de áreas forestales; producción y utilización de fuentes de energía renovables, iniciativas para apoyar a productores que se inician en la agricultura o con desventaja social" <<http://www.ers.usda.gov/FarmBill/2008/Overview.htm>>.

Desde los años ochenta la política agrícola incorporó como objetivo reforzar la competitividad en los mercados internacionales (Agriculture and Food Act of 1981). Esta estrategia se dio en un contexto de creciente productividad agrícola y de excedentes sobre el consumo doméstico, así como la liberalización del tipo de cambio del dólar respecto al patrón oro. Se fueron ajustando los apoyos a los productores para que fueran menos vinculados con la producción directa (por ejemplo, control de la oferta al limitar superficies sembradas, mantenimiento de reservas y otros) y se establecieron mecanismos de apoyo a los precios recibidos por los productores, mediante pagos por diferenciales entre un precio objetivo (*target price*) y precios del mercado, y pagos directos al ingreso. Así, por ejemplo, los mecanismos de control de la oferta terminaron en 1996 (1996 Federal Agriculture Improvement and Reform Act) y se sustituyeron por pagos directos al ingreso de los productores no asociados a los cultivos.

En los años noventa, la legislación también reflejó la preocupación por el medio ambiente desde una perspectiva más amplia, con programas de protección ambiental (Wetlands Reserve Program-1990: Wildlife Habitat and Environmental Quality Incentive Program-1996. Grassland Reserve Program, 2002).

En retrospectiva, la política agrícola ha propiciado la consolidación de las unidades de producción y su capitalización, así como la especialización en un solo producto. La concentración de grandes predios, de la producción y de los agronegocios ha resultado en una diferenciación entre las

RECUADRO 4
USDA: ÁREAS DE COMPETENCIA

Servicio a unidades de producción (*farms*) y a asuntos del exterior
 Servicio a alimentos, nutrición y consumo
 Seguridad de los alimentos
 Programas de comercialización y regulación
 Recursos naturales y el ambiente
 Investigación, educación y economía
 Desarrollo rural

Fuente: USDA: <www.usda.gov/wps/portal/!ut/p/-s.7.0.10B?navid=USDA_MISSION_AR>.

unidades de producción familiares y los grandes agronegocios. La actividad agropecuaria se ha integrado verticalmente bajo enormes corporaciones que controlan desde la producción hasta la comercialización.

Desde la perspectiva del consumo, el abasto de alimentos básicos se ha satisfecho históricamente con producción nacional. Por otra parte, se ha dado atención a grupos de población específicos, así se estableció el Food Stamp Act en 1964 para proveer a las familias necesitadas con bonos para adquirir cierta cantidad de alimentos. Desde 1977, la legislación sobre *food stamps* se incluye en cada Farm Bill. Pero persisten problemas de inseguridad entre la población pobre. En 2006 se estimó que 10% de los hogares en EUA padecen inseguridad alimentaria en algún periodo del año, y que 35.5 millones de personas residen en hogares con inseguridad alimentaria, entre ellos destacan los hogares con jefatura femenina y los de minorías étnicas.

Las “necesidades” o preferencias de consumidores de ingresos medios y altos se empiezan a registrar en los años noventa con la demanda de alimentos de calidad (con beneficios para la salud, el ambiente) así como atributos sociales y culturales como lo étnico, el comercio justo, lo conveniente (*convenience food*), etc. En consecuencia, se comienzan a transformar las cadenas de producción, la industria y el comercio de bienes, sobre todo de alto valor. Este proceso, a su vez, ha colocado al comercio al menudeo (supermercados) como agentes poderosos en las cadenas. También ha influido en la legislación, como por ejemplo en el Food, Agriculture, Conservation and Trade Act (1990), que regula la certificación de productos orgánicos, así como los programas ya mencionados de protección a ambientes específicos.

La última ley agrícola corresponde al periodo 2008-2012 es la Food Conservation and Energy Act of 2008 que incorpora programas nuevos tales como la atención a cultivos hortícolas y orgánicos.

El Departamento de Agricultura de EUA (US Department of Agriculture, USDA) es la agencia responsable de la instrumentación de la política de seguridad alimentaria, ya que sus responsabilidades comprenden las áreas relacionadas desde la producción hasta el consumo (véase el recuadro 4).

CANADÁ

La agricultura ha sido históricamente el sector que ha dominado la política alimentaria en Canadá, y hasta la fecha la agroindustria es un factor decisivo en la política agrícola y alimentaria.

En los primeros años de la historia de Canadá y hasta los cincuenta, la política agrícola tenía como objetivo asegurar el control de la nación sobre los territorios del Oeste y de producir una oferta de alimentos suficientes para la población. Uno de los apoyos principales a los agricultores del Oeste fue por medio del subsidio al transporte —The Crows Nest Pass Agreement, 1897 (fue eliminada en 1983). En los años treinta se consolidaron las políticas para estabilizar los ingresos de los productores. Así, en 1935, se estableció de manera permanente el Consejo del Trigo Canadiense (Canadian Wheat Board), al que se incorporaron los cultivos de avena y de cebada entre 1949 y 1973. En 1935 se estableció el programa federal Prairie Farming Rehabilitation Act y en 1939 el Prairie Farm Assistance Act que continúan actualmente con los objetivos de rehabilitar tierra agrícola, desarrollar el abasto de agua para la agricultura y proveer pastizales comunales mediante la cooperación entre los gobiernos de provincia y el federal.

Durante la Segunda Guerra mundial se establecieron varios programas que persisten hasta hoy: The Feed Grain Freight Assistance Program —que continúa con los subsidios al transporte de granos forrajeros de las provincias del Oeste a los granjeros del Este y de la Columbia británica; *The Farm Improvement Loans Act* así como el los subsidios a los precios de bienes agrícolas y al ingreso de los agricultores (Agricultural Prices Support Board, 1944 y Farm Improvement Loans Act, 1944). Estos programas continuaron con distintos nombres, teniendo como objetivo principal incrementar la productividad de la agricultura.

Desde los años cincuenta el objetivo de la industrialización de la agricultura ha orientado la política agropecuaria. En 1959 se promulgó el Farm Credit Act que permitió extender la mecanización y crecimiento de las unidades de producción. En los apoyos a los precios se incluyó también la

producción de lácteos. No obstante, la interferencia con los precios de mercado ha sido mínima.

En el contexto de crisis y volatilidad de precios de los años setenta, se extendieron los programas de apoyo a los ingresos de los agricultores con una mayor cobertura de bienes. Además, se protegió la producción nacional contra importaciones de bienes subsidiados del exterior en el ramo de huevos, aves de corral y la industria láctea. Otras medidas permitieron estabilizar la industria láctea (sistemas de cuotas, precios topes a los alimentos balanceados).

En esa década se establecieron los *marketing boards* —entidades públicas— para regular la oferta y demanda de ciertos productos, como los lácteos y los avícolas. Hasta el día de hoy los *marketing boards* tienen un papel clave en la política agroalimentaria: se regula la producción e importación de productos para asegurar una oferta estable y evitar fluctuaciones de los precios. En la provincia esta regulación incluye un sistema de cuotas que regula la entrada de elementos en cada cadena productiva administrada. El gobierno federal asigna las cuotas a cada provincia. The Canadian Wheat Board funciona de una manera similar.

En los años ochenta, se promovió la intervención más directa en los mercados mediante controles sobre la producción y la administración de los precios, y los gobiernos de provincia tomaron un papel más activo en la formulación de políticas agrícolas regionales. En 1991 se introdujeron modificaciones en los programas de apoyo a los productos: el programa Net Income Stabilization Account se enfocó a la estabilización de los ingresos de los productores más que a bienes agrícolas específicos. Por otra parte, los intereses de la agroindustria canadiense para expandir sus mercados internacionales (granos, carne) significó la participación de Canadá en el Cairns Group de países exportadores, y perseguir acuerdos comerciales como el de Libre Comercio primero, con EUA (1989), luego, extendido a México.

En materia comercial, Canadá como miembro del grupo Cairns no otorga subsidios acoplados a la producción, sino más bien dirigidos a la estabilización de los ingresos de productores y al aseguramiento de los cultivos.

Esto afianzó el interés de los grupos exportadores, mientras que, por otro lado, la industria avícola y la de lácteos tienen interés en proteger la agroindustria nacional. De acuerdo con sus compromisos con la agenda internacional y las restricciones financieras, en la década de los noventa, se

RECUADRO 5

AGENCIAS RESPONSABLES DE LA AGRICULTURA Y ALIMENTOS EN CANADÁ

Agriculture and Agrifood Canada– nivel federal

Ministerios de Agricultura a nivel de provincia

Canadian Food and Inspection Agency– vigila la seguridad de los alimentos en material de normas y estándares así como las políticas de *Health Canada*.

Health Canada implementan el cumplimiento de normas de acuerdo a las regulaciones federales para el registro e inspección de rastros y plantas de procesamiento. Junto con CFIA se responsabiliza de la regulación de la biotecnología.

Los Consejos comerciales provinciales y federal (*marketing boards*): regulan la producción e importación de algunos sectores de productos.

reformaron las políticas agrícolas reduciendo los apoyos. Véase <www.the-canadianencyclopedia.com/index.cfm?PgNm=TCE&Params=A1SEC8157>.

Por el lado de la seguridad de los alimentos, Canadá vigila y reglamenta la inocuidad y calidad nutricional de los alimentos, que se reglamenta por el Food and Drug Acts. En años recientes, han entrado en vigor una serie de nuevos reglamentos enfocados a la calidad de alimentos y la vigilancia de la seguridad, debido a problemas de confianza por parte de los consumidores con respecto a la inocuidad de los alimentos industrializados.¹⁴

La instrumentación de la política agrícola de Canadá está segmentada, ya que los diversos programas que tratan los asuntos relacionados con los alimentos y el sistema alimentario como la producción agrícola, la salud, la seguridad alimentaria y los problemas o efectos ambientales son competencia de distintos departamentos federales y de provincia (véase el recuadro 5). En general, en los distintos niveles de gobierno se promueve la agricultura industrial, actualmente con énfasis en la biotecnología y productos como biocombustibles, alimentos funcionales (*functional foods*) bioplásticos y biofarmacéuticos.

Los instrumentos fundamentales para apoyar a la agricultura son los apoyos a los ingresos a los agricultores, el aseguramiento de ciertos cultivos (excluye a los orgánicos), mecanismos fiscales (como son deducciones en la compra de ciertos insumos químicos). Los *marketing boards* siguen siendo pilares de la política agroalimentaria, y han subsistido a pesar de su cuestionamiento por parte de TLCAN y de la OMC.

¹⁴ Tal fue el caso de la contaminación de productos de Maple Leaf Foods, uno de las empresas más importantes en la elaboración de productos de carne y en el negocio de distribución (2008) y el problema de las vacas locas (2003).

Por el lado del consumo, no hay un marco de política nacional. En la década de los setenta se desarrolló una incipiente estrategia de política alimentaria pero desde los ochenta, los gobiernos neoliberales han dejado en manos de los sectores privados atender a la población en condición de inseguridad alimentaria, como son las organizaciones que promueven los bancos de alimentos y otras necesidades alimentarias de la población a nivel local (Mac Rae, 2009). Esto a pesar de problemas relacionados a la seguridad alimentaria y la salud: En Canadá las tasas de obesidad son altas, 23% en 2004 y se estima que otro 58.8% de la población tiene sobrepeso. Al mismo tiempo, en 2007, 720 000 canadienses recurren a los bancos de comida y 788 000 niños viven en condiciones de pobreza (Food Banks Canada, 2007).

En años recientes, la sociedad civil organizada a nivel de provincia ha tomado un papel muy activo al perseguir que se instauren políticas de seguridad alimentaria a partir de los intereses de los consumidores, que abarca preocupaciones desde la seguridad de los alimentos (*food security*) hasta temas relacionados con los efectos ambientales de la política agroalimentaria. También tiene un papel protagónico al promover modalidades innovadoras en los sistemas de alimentos a nivel local, en particular los sistemas de abasto y consumo urbanos. Esto es, enfocar la atención a temas de salud y del ambiente, y promover formas alternativas de abasto y consumo. Ejemplos de ello son la provincia de Ontario, en especial la ciudad de Toronto; pero hay poca articulación entre estos esfuerzos y la política dominante a favor de los sistemas agroalimentarios (véase el capítulo 9).

MÉXICO

La intervención del Estado en el sistema agroalimentario data de 1936 cuando comenzó la regulación de los precios de los principales alimentos básicos para el consumidor. En diversas modalidades, el control de precios sobre bienes de consumo básico permaneció hasta mediados de los años noventa. Por el lado de la oferta de alimentos, el Estado mexicano siguió una política de apoyo a la producción de alimentos por más de sesenta años, desde el reparto agrario y la construcción de las instituciones responsables de la instrumentación de la política agrícola hasta su desmantelamiento en los años noventa.

La política de seguridad alimentaria se basó en dos objetivos: el apoyo a la producción nacional de alimentos —primero por la vía de la expansión de la frontera agrícola y, luego, mediante el incremento de la productividad— y el control de los precios al consumidor. La tensión entre estos dos objetivos fue absorbida por el Estado mediante el gasto público. Esta estrategia llegó a su máxima expresión en los años setenta, cuando la política de seguridad alimentaria extendió el apoyo a la agricultura campesina/ejidal mediante el crédito público y el acopio estatal por el lado de la oferta, y se reforzó el sistema de abasto de alimentos básicos a la población urbana y rural (Appendini, 2001).

Desde los años cincuenta, el Estado también intervino en la comercialización y distribución de básicos por medio de la empresa paraestatal CEIMSA (Compañía Exportadora e Importadora Mexicana, S.A.), que comercializaba y almacenaba granos, y se convirtió en Conasupo (Compañía Nacional de Subsistencia Popular). En 1961, Conasupo instrumentó los precios de garantía (13 productos). En los años setenta este organismo amplió su papel como comprador de granos y en la distribución de alimentos básicos por medio del sistema Diconsa, en zonas marginales urbanas y rurales. En 1980-1982 esta estrategia fue la base del Sistema Alimentario Mexicano (SAM), que comprendió la política de seguridad alimentaria más amplia y ambiciosa (y más subsidiada) de la historia reciente de México. Terminó con la crisis de la deuda en agosto de 1982. A partir de entonces, la política de seguridad alimentaria se transformó radicalmente, se abandonó la seguridad alimentaria basada en la autosuficiencia nacional y se integró paulatinamente la estrategia de abasto a los mercados internacionales (Appendini, 2001).

Esto quedó explícito en Pronal (Programa Nacional de Alimentación), de 1983, cuando se cambia el concepto de autosuficiencia nacional como eje de la política alimentaria por el de “soberanía alimentaria” entendida como la capacidad de lograr el abasto mediante una balanza comercial agrícola no deficitaria. Entre los objetivos de Pronal estaba aumentar el consumo de alimentos en zonas vulnerables.

México siguió así los lineamientos de la agenda internacional. Esto, obviamente, en el marco de las políticas de liberalización que comprendió el ajuste estructural bajo los acuerdos con el Fondo Monetario Internacional a partir de 1982 y las reformas a la política agropecuaria y agraria que se emprendieron en la década de los noventa. Con ello se desmanteló la intervención directa del Estado en el apoyo a la agricultura (crédito, acopio

y precios de garantía, asistencia técnica) así como el subsidio general al consumo de alimentos básicos, el caso más importante fue la desregularización de la cadena maíz-tortilla (Appendini, *ibid.*).

La entrada al TLCAN afianzó el modelo de desarrollo agropecuario instrumentado en este contexto. En cuanto a la oferta de básicos, el objetivo de alimentos baratos se integró al mercado internacional y los precios se alinearon a los internacionales. Los consumidores serían los beneficiados.

Paulatinamente se fue construyendo una nueva institucionalidad en materia de política agrícola, agraria y de acceso a los alimentos que configuró la política de seguridad alimentaria imperante hasta la fecha. Por el lado de la política agropecuaria se crearon nuevos instrumentos de apoyo, desvinculados de la producción y enfocados al ingreso de los productores como es Procampo, el Programa de Apoyo a la Comercialización administrado por Aserca y Alianza para el Campo (1995) para apoyo a la reconversión productiva y a la adopción de mejoras tecnológicas. Los dos últimos programas fueron dirigidos a los productores productivos o con potencial productivo y, por tanto, excluyentes de las unidades agrícolas pequeñas. En el contexto de la crisis alimentaria de 2007 y 2008 el gobierno instrumentó varios programas para apoyar a productores de maíz.

Por el lado del consumo, se retiraron los subsidios generalizados a los alimentos y se instrumentaron primero subsidios focalizados (el caso de la tortilla) hasta abolir el subsidio a la tortilla en 1998. Durante esa década hubo varios instrumentos de transición, como por ejemplo el Programa “Solidaridad”, que en materia de producción apoyó con créditos minúsculos a productores minifundistas de maíz y frijol y que en materia de alimentación focalizó la nutrición de niños menores de cinco años.

Facilitar el “acceso” a los alimentos se ha integrado al programa de combate a la pobreza. De acuerdo con datos oficiales, en 2006, 10.6% de la población se encontraba en una situación de pobreza alimentaria, mientras que en las localidades rurales era 19.5%.¹⁵ El programa Progres-a, que se continuó con el nombre de Oportunidades, consiste en una transferencia monetaria a las familias que califican para formar parte del

¹⁵ Pobreza alimentaria se define como la incapacidad para obtener una canasta básica de alimentos, aun si se hiciera uso de todo el ingreso disponible en el hogar en comprar sólo los bienes de dicha canasta.

programa; actualmente son cinco millones de familias mexicanas. Persisten pocos programas específicos de atención alimentaria a grupos vulnerables, como los del DIF, que distribuyó cinco millones de desayunos escolares en 2007; el programa de apoyo alimentario, con 2.8 millones de familias beneficiadas en el mismo año, y el programa de abasto rural (http://www.informe.gob.mx/pdf/estadisticas_nacionales/igualdad_de_oportunidades/m241-245.pdf).

Con la crisis alimentaria manifiesta a principios de 2007 debido al incremento de los precios internacionales de productos agropecuarios y, en consecuencia, de los alimentos, México enfrentó la “crisis de la tortilla” con medidas tímidas para apoyar a productores de maíz medianos y pequeños,¹⁶ así como un incremento al ingreso de los receptores del programa Oportunidades (120 pesos mensuales) y un acuerdo entre los actores a lo largo de la cadena maíz-tortilla para estabilizar los precios de la tortilla, el Acuerdo para Estabilizar el Precio de la Tortilla. Al mismo tiempo instrumentó subsidios al transporte de grano tanto para consumo humano como animal (Appendini, 2008). Estas medidas fueron instrumentadas para mitigar los efectos de los incrementos de precios a corto plazo, acordados en el presupuesto federal anual, pero no parte de una estrategia de política de seguridad alimentaria a largo plazo en el contexto de las tendencias observadas a nivel global y de los nuevos retos que se enfrentan.

En México, la instrumentación de la política alimentaria es competencia de distintas secretarías del gobierno, si bien la Sagarpa incluye la responsabilidad en el nombre de la Secretaría (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación).¹⁷ Existe una Comisión Intersecretarial para el desarrollo rural sustentable que integran nueve entidades del gobierno federal y que es responsable de coordinar y dar seguimiento a los programas y acciones de las dependencias en la materia de desarrollo rural.¹⁸ Pero no hay una unidad específica para la coordinación de la política de seguridad alimentaria.

¹⁶ Promaf (Programa de Apoyo a Maíz y Frijol), Fonamu (Fondo Mutualista de Productores de Maíz y Frijol) y Fondo de compensación a costos a energéticos agrícolas.

¹⁷ Sin embargo, en la página de internet correspondiente a Sagarpa, no hay información bajo el rubro “Alimentación”.

¹⁸ Sagarpa, Economía, Semarnat, Hacienda, Comunicaciones y Transportes, Salud, Sedesol, Reforma Agraria y Educación.

Sagarpa tiene la responsabilidad de la producción nacional y la Secretaría de Economía del comercio internacional (importaciones y exportaciones); la calidad es competencia de la Secretaría de Economía que establece la normatividad para la industria de alimentos (entre otros) y la Secretaría de Salud que es responsable de la normatividad en materia de la sanidad de los alimentos y de los establecimientos relacionados con su expedición y la Sagarpa por medio de Senasica (Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria) que es encargada de implementar y vigilar las normas fitosanitarias y de sanidad animal.

El Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 incluye los lineamientos de la política alimentaria en el objetivo 8 del capítulo Sector rural:

“Abastecer el mercado interno con alimentos de calidad, sanos y accesibles provenientes de nuestros campos y mares”.

Las dos estrategias propuestas (véase el recuadro 6) se centran en el mercado incluyendo el exterior, en la inocuidad y sanidad de los alimentos. La “calidad” se considera sólo desde el punto de vista de la salud.

RECUADRO 6 ESTRATEGIAS

ESTRATEGIA 8.1 Proteger al país de plagas y enfermedades y mejorar la situación sanitaria.

Garantizar la aplicación de la normatividad vigente en materia de sanidad e inocuidad agroalimentaria y mejorarla permanentemente para mantener el reconocimiento a nuestro estatus sanitario por parte de los mercados globales.

ESTRATEGIA 8.2 Promover la seguridad alimentaria a través del ordenamiento y la certidumbre de mercados.

Se requiere garantizar el abasto de alimentos sanos a través del fomento a la producción de cultivos y productos básicos para la alimentación de los mexicanos y fortalecer su comercialización mediante la promoción y ordenamiento de mercados. <<http://pnd.calderon.presidencia.gob.mx/index3499.htm#page=documentos-pdf>>.

La Ley de Desarrollo Rural Sustentable se refiere a la seguridad alimentaria en el capítulo xvii (De la seguridad y soberanía alimentaria) y atribuye al Estado la responsabilidad de establecer las medidas para “procurar” el abasto de alimentos y productos básicos y estratégicos a la población; se especifica que en especial a los grupos sociales menos favorecidos. Las medidas prioritarias se refieren a 11 productos agropecuarios básicos que deben fomentarse mediante la política agropecuaria y *los acuerdos y tratados*

internacionales.¹⁹ La estrategia propuesta es instrumentar acciones que integren cadenas productivas que abarquen todos los elementos que intervienen en la cadena.

Con respecto a la calidad la Ley menciona dos aspectos: impulsar acciones para desarrollar su promoción comercial, mejorar y certificar la calidad de los alimentos, y establecer compromisos de productividad y calidad por parte de los productores, ya sea que se trate de alimentos básicos o de productos destinados al mercado internacional <<http://info4.juridicas.unam.mx/ijure/fed/35/184.htm?s=>>.

Es de subrayarse que de acuerdo con los dos marcos mencionados (el Plan y la Ley), la seguridad alimentaria tiene dos caras: satisfacer las necesidades de la población “pobre” (menos favorecida por el abasto en cuanto a cantidad) y la de los bienes sujetos a comercio exterior (cumplir con las normas de calidad).

La calidad de los alimentos tal como se apunta en el Plan de Desarrollo y en la Ley de Desarrollo Rural se refiere a la sanidad y la inocuidad, estos son los atributos básicos de la calidad. La calidad como atributo social, cultural, apenas comienza a considerarse en el ámbito “privado”, pero es interesante que en materia de bienes exportables, instancias públicas como Senasica dan apoyo a la certificación, como es el caso del aguacate (véase el capítulo 5).

En este sentido, se ha desarrollado la certificación México Calidad Suprema que es marca propiedad del gobierno federal; son cotitulares la Secretaría de Economía, Sagarpa y el Banco de Comercio Exterior. Aceptado por tiendas de autoservicio, como Wal-Mart EUA, se ha homologado con MCSGlobal GAP.

En conclusión, en el marco del TLCAN, cada país miembro retiene el derecho “de adaptar y aplicar las medidas sanitarias o fitosanitarias necesarias para la protección humana, animal, vegetal y de salud en su territorio”. Sólo se requiere que tales medidas tengan una base científica, no discriminatoria y sea transparente, y que restrinjan lo mínimo el comercio entre socios (Zahniser y Crago, 2009). Lo anterior resume el hecho de que la política de seguridad alimentaria se mantiene independiente entre los socios.

¹⁹ Las cursivas son más. Maíz, caña de azúcar, frijol, trigo, arroz, sorgo, café, huevo, leche, carne de bovinos, porcinos, aves y pescado.

RECUADRO 7 LA DEPENDENCIA ALIMENTARIA DE MÉXICO

La asimetría de las agriculturas de los tres países y las políticas públicas hacia el sector ha contribuido a la posición de México como país dependiente en materia de seguridad alimentaria de una parte creciente de los alimentos básicos que necesita el país.* El sector de granos y de productos animales son los renglones de dependencia alimentaria mayor.**

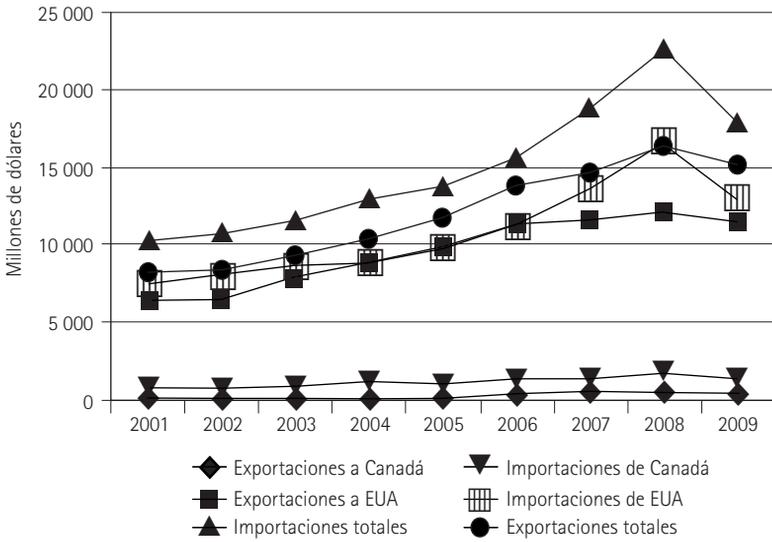
El comercio agropecuario entre los tres socios del TLCAN se ha incrementado sustancialmente desde que comenzó el acuerdo en 1994. El principal comercio lo realiza México con Estados Unidos. De acuerdo con datos de USDA las exportaciones de los principales productos agropecuarios de Estados Unidos a México crecieron 270% y las importaciones provenientes de México 299% en el periodo 1993-2008 (Zahniser y Crago, 2009).

En las gráficas se observan la evolución del comercio agropecuario entre los tres países para la última década (2001-2009); a pesar de un comercio creciente con Canadá, en el periodo referido las exportaciones de México a Canadá son apenas 2.7% del valor de sus exportaciones totales con sus socios, asimismo, México sólo importa de Canadá 9.3% del valor de sus importaciones (datos del International Trade Center, en <www.trademap.org/countrymap/Bilateral_TS.aspx>).

La tendencia es hacia una creciente dependencia alimentaria por parte de México de su socio mayor, Estados Unidos, como se muestra en un déficit de la balanza comercial entre 2006 y 2009, periodo que coincide con la crisis mundial de alimentos.

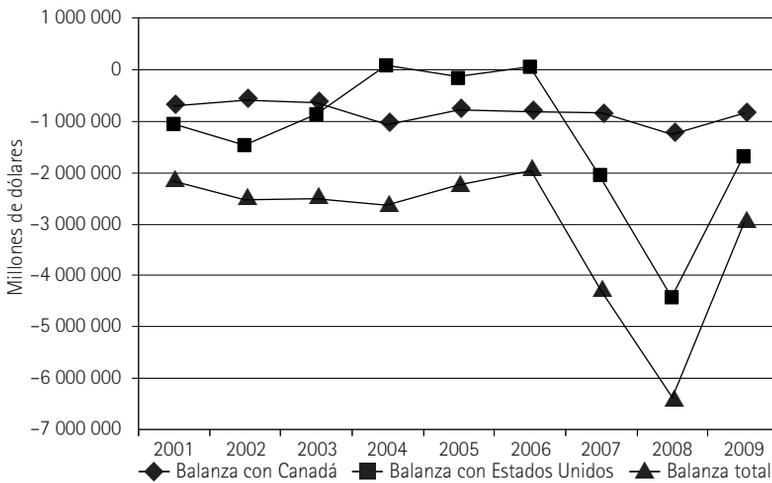
* La asimetría entre los países y los efectos del TLCAN en la agricultura mexicana ha sido ampliamente analizada en la literatura sobre el tema. Entre los estudios más comprensivos, véanse Puyana y Romero, 2005, 2008; Ávila, Puyana y Romero, 2008; Cardero, 1999; Rivera, Whiteford y Chávez, 2009.

** De acuerdo con cifras del informe de gobierno, 2010, en este año México importó 14.5% del consumo de carne de aves, 14.5% de leche, 27.4% de la demanda total de maíz, 41.6% de carne de cerdo, 72.8% de arroz (<<http://www.m-x.com.mx/2010-09-01/mexico-empeoro-en-seguridad-alimentaria-en-los-ultimos-cuatro-anos-revela-informe-presidencial>>).



Fuente: Elaboración propia con datos del International Trade Center Estadísticas de comercio para el desarrollo internacional de empresas (<http://www.tradeap.org/countrymap/Bilateral_TS.aspx>).

Comercio agropecuario de México con Canadá y Estados Unidos, 2001-2009.



Fuente: Elaboración propia con datos del International Trade Center Estadísticas de comercio para el desarrollo internacional de empresas (<http://www.tradeap.org/countrymap/Bilateral_TS.aspx>).

Balanza agropecuaria de México con Canadá y Estados Unidos.

CONCLUSIÓN

En los tres países, la política de seguridad alimentaria se centra en promover el abasto suficiente de alimentos para la población e instrumentar las medidas para que se cumpla con la seguridad de los alimentos en materia de inocuidad, así como en aspectos nutricionales, entendidos como la atención a los grupos de población que son vulnerables para obtener la cantidad suficiente de nutrientes.

Las legislaciones al respecto y el marco institucional para la instrumentación de la política de seguridad alimentaria en cada país difiere de acuerdo con los marcos legales e institucionales y los presupuestos de cada país. EUA centraliza la política de seguridad alimentaria bajo la unidad de la legislación del Farm Bill y la ejecución del Departamento de Agricultura (USDA). En Canadá hay una mayor descentralización y las provincias tienen relativa independencia en las decisiones en la materia, si bien el marco predominante es la visión empresarial de la industria agroalimentaria.

En México, el marco referente a la política de seguridad alimentaria está plasmado en la legislación y los planes de desarrollo sexenales, pero son las decisiones anuales en materia presupuestal las que concretizan las acciones a tomar, y la competencia de la ejecución está dispersas en varias secretarías e instituciones públicas que no necesariamente coordinan sus acciones.

Si bien los objetivos de abasto en cantidad y calidad suficiente de alimentos a la población (entendida de una manera técnica) son similares en los tres países, las políticas ejercidas a lo largo del siglo xx han obedecido a objetivos de desarrollo nacional de las agriculturas con apoyos a ésta. Sólo México ha desmantelado sus políticas agrícolas de manera radical al ingresar al TLCAN.

EUA históricamente ha apoyado la producción agropecuaria y la comercialización, sobre todo la colocación de excedentes en el mercado internacional. Por otra parte, atiende los múltiples aspectos de la “seguridad alimentaria” desde el abasto hasta el acceso, incluyendo programas para la población de bajos ingresos.

Canadá también ha afianzado su política de seguridad alimentaria en la agro-industria y en la promoción de sus productos, principalmente de granos y lácteos, en los mercados internacionales. Si bien, en las provincias puede haber intereses distintos, ya que los sectores productores de lácteos en el Este se inclinan a aplicar medidas proteccionistas, esto se resuelve con

instrumentos de apoyo para las provincias. Asimismo, a este nivel se atiende a los consumidores y a las poblaciones vulnerables. En ambos países, Canadá y EUA, la autosuficiencia en la oferta de alimentos se ha logrado a lo largo de su historia y se sigue sosteniendo con apoyos a la agricultura y al ingreso de los productores.

En cambio, México ha puesto el acento de las políticas de seguridad alimentaria en el abasto regional para obtener cantidad suficiente de alimentos básicos con el apoyo a un sector empresarial de los productores junto con la importación de alimentos básicos. Por el lado del consumo, las políticas públicas se han ocupado principalmente de la población pobre o vulnerable, que se atiende con programas especiales. Los campesinos excluidos de los apoyos a la producción, conforman ahora parte de esa población objetivo para el combate a la pobreza.

En los tres países, el concepto de calidad es entendido como alimentos “seguros” (*food safety*) y es atendida por medio de la normatividad referente a inocuidad y sanidad de los alimentos. La calidad, como atributo social y cultural, ejercido por los consumidores, y en la realidad instrumentada por el comercio minorista, se ha desarrollado ampliamente en EUA y Canadá mediante entidades privadas, en particular las cadenas de supermercados; en México, este proceso es creciente pero restringido obviamente debido al bajo poder adquisitivo de la mayoría de la población. Así, la presencia de marcas de “calidad” como México Calidad Suprema se limita a algunas cadenas de autoservicio y a productos de exportación.

La calidad toma significado en el intercambio comercial entre los países y subraya la división entre los socios “ricos” y “pobres”, retomado lo señalado por Harriet Friedman (2005) para el caso de México:

México se abastece de alimentos baratos —sin calidad— para satisfacer la demanda de una población “pobre”, en cantidad suficiente y a precios relativamente bajos, y exporta “calidad” para los consumidores de EUA y Canadá, que son países “ricos”. La calidad atiende sólo a los consumidores, pero se logra en condiciones productivas que frecuentemente degradan el ambiente y la fuerza de trabajo con el fin de competir en los mercados internacionales. La excepción es la incipiente agricultura orgánica y el comercio justo, principalmente para mercados internacionales.

Son pocos los elementos que atienden a problemáticas o temas nuevos en el debate sobre la seguridad alimentaria y que ya han sido incorporadas por los sectores privados y por la sociedad civil. Tanto en Canadá como en EUA hay movimientos importantes de la sociedad civil —ONG— para promo-

ver e implementar la agenda de políticas agroalimentarias más sustentables en lo ambiental y en la salud humana. En EUA, se incluyen algunos elementos en el Farm Bill, y en Canadá se incorporado también algo en legislaciones de provincia, pero la discusión de años recientes que cuestiona los sistemas agroalimentarios industriales son principalmente de la sociedad civil.

La crítica y las propuestas alternativas permiten identificar lo que considero los temas más relevantes para una agenda nueva en materia de seguridad alimentaria: la salud humana

- Los efectos ambientales.
- Los efectos del cambio climático.
- La cuestión de calidad relacionado con la salud, la cultura y el ambiente.
- La exclusión de grupos productivos pequeños y medianos en la agricultura, producción y comercialización.

Las políticas de seguridad alimentaria en los tres países apenas comienzan a tomar en cuenta algunos de estos retos:

En el caso de EUA en el Farm Bill de 2008 se incluyen programas para promover la producción y utilización de fuentes de energía renovables en la agricultura y en las zonas rurales; programas para apoyar la agricultura orgánica y la investigación al respecto, así como la conservación de suelos mediante prácticas agrícolas orgánicas, financiamiento al programa de frutas y hortalizas frescas, y la distribución de alimentos y los mercados locales (farmer's markets) ([www.usda.gov/wps/portal/tut/pl-s.7-0-A/7-0.1OB?navid=USDA-MISSION-AR...>](http://www.usda.gov/wps/portal/tut/pl-s.7-0-A/7-0.1OB?navid=USDA-MISSION-AR...)).

En Canadá hay un incipiente interés por parte del gobierno federal y de los gobiernos provinciales en la agricultura orgánica y la sustentable, pero el apoyo real es pequeño (por ejemplo, del presupuesto para investigación agropecuaria sólo 1% se destina a lo orgánico (Donald y Blay-Palmer, 2006). La excepción es Quebec y Ontario. En Ontario hay un nuevo enfoque hacia los alimentos locales, pero sin distinción de sus procesos productivos; esto es, si son artesanales, sustentables o industriales. En Ontario también se ha constituido un cinturón verde alrededor de la ciudad de Toronto a fin de proteger las tierras agrícolas y se promueve la ampliación de *farmers markets* en la provincia.

En México hay interés por la agricultura orgánica, pero orientada a la exportación, siendo entre los cultivos más exitosos el de café orgánico. El apoyo oficial es para la certificación. No hay programas específicos que

promuevan la agricultura orgánica o alternativa en el presupuesto federal. En atención de los consumidores, continúa el enfoque sobre calidad entendida como inocuidad.

Finalmente, el eje de la discusión internacional sobre seguridad alimentaria continúa siendo resolver el hambre y las necesidades de la población pobre en el mundo. En este sentido, prevalece el enfoque de cantidad y calidad entendida como inocuidad. Todavía se contraponen las necesidades de incrementar la producción de alimentos (por la vía del modelo de tecnología revolución verde y posrevolución verde) con una agricultura sustentable en lo ambiental y social. Será necesario un cambio en la valoración de los alimentos en conjunto tomando en cuenta los costos ambientales, sociales y culturales propios de los distintos modelos productivos de “modernización” agrícola y de los sistemas agroalimentarios basados en éstos y en la organización global de la producción, comercialización y distribución de alimentos. También es indispensable construir el consenso en torno a modelos alternativos que valoren y asuman el costo de las externalidades en términos del ambiente, y del deterioro laboral, social y cultural del medio rural.

REFERENCIAS

- Appendini, Kirsten, 2008. Tracing the Maize-Tortilla Chain, *UNChronicle XLV* (2/3): 66-72.
- Appendini, Kirsten, 2001. *De la milpa a los tortibonos. La reestructuración de la política alimentaria en México*, 2a. ed., México, El Colegio de México-UNRISD.
- Appendini, Kirsten, Raúl García Barrios y Beatriz de la Tejera, 2003. Seguridad alimentaria y “calidad” de los alimentos: ¿una estrategia campesina?, *Revista Europa de Estudios Latinoamericanos*, núm. 25, octubre.
- Ávila, J.D., Alicia Punyana y José Romero (eds.), 2008. *Presente y futuro del sector agrícola mexicano en el contexto del TLCAN*, México, El Colegio de México/Universidad Autónoma de Chapingo.
- Banco Mundial, 1986. *Poverty and Hunger*, Reutlinger.
- Banco Mundial, 2007. *World Development Report 2008: Agriculture for Development*, Washington.
- Braun, J. von, 2008, *Food and Financial Crisis*, Washington, IFPRI, diciembre.
- Cardero, María Elena, 1999. Commercial agreements between unequal partners: Does NAFTA deal with these inequalities?, en S. Bislev y K. Appendini (eds.), *Economic Integration in NAFTA and the EU. Deficient Institutionalities*, Gran Bretaña, St. Martin's Press.

- Comisión de las Comunidades Europeas, 2000. *Libro Blanco sobre seguridad alimentaria*, Bruselas, en <<http://europa.eu.int/eur-lex/es/com/wpr/1999/com1999-0719es01.pdf>>.
- Constance, Douglas H., 2008. The four questions in agrifood studies: A view from the bus, *Agriculture and Human Values* 26 (1-2).
- Donald, B., y A. Blay-Palmer, 2006. The urban food economy: Cultural consumption for the urban elite or social inclusion opportunity?, *Environment and Planning A* 38 (10): 1901-1920.
- Dmitri, C., et al., 2005. The 20th century transformation of U.S. agriculture and farm policy, Electronic Report from the Economic Research Service, USDA, <www.ers.usda.gov>.
- FAO, 1996. *Cumbre Mundial de la Alimentación*, Roma.
- Food Banks Canada, 2007, en <<http://www.cafb-acba.ca/main2.cfm?id=1071852F-B6A7-8AA0-6DBD8CE5374486A9>>.
- Friedmann, Harriet, 2005. From colonialism to green capitalism: Social movements and the emergence of food regimes, en F.H. Buttell y P. McMichael (eds.), *New Directions in the Sociology of Development*, vol. II, Oxford, Elsevier.
- Friedmann, Harriet, y Amber McNair, 2008. Whose rules rule? Contested projects to certify. Local production for distant consumers, *Journal of Agrarian Change* 8 (2 y 3): 408-434, Blackwell Publishing.
- González, H., y A. Macías Macías, 2007. Vulnerabilidad alimentaria y política en México, *Desacatos. Revista de Antropología Social* 25, CIESAS.
- Hoddinott, John, 1999. Operationalizing household food security in development project introduction. Technical Guide no. 1, Washington, International Food Policy Research Institute, marzo, en <<http://www.ifpri.org/sites/default/files/publications/tg01.pdf>>.
- MacRae, R., 2009. Policy failure in the Canadian food system, en <www.idrc.ca/en/ev-30622-201-1-DO_TOPIC.html>.
- Maletta, H., y R. Gómez, 2004. *Políticas económicas y seguridad alimentaria*. Proyecto Fodepal.
- Maxwell, S., y T.R. Frankenberger, 1992. Household food security. Concepts, indicators and measurements, UNICEF-IFAD, en <http://www.ifad.org/hfs/tools/hfs/hfspub/hfs_toc.pdf>.
- Maxwell, Simon, y Rachel Slater, 2003. Food policy old and new, *Development Policy Review* 21 (5-6): 531-553.
- McMichael, Philip, 2000. The power of food, *Agriculture and Human Values*, núm. 17, Países Bajos, Kluwer Academic Publishers.
- PNUD (Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo), 1994. *Human Development Report*, Nueva York, PNUD-Oxford University Press.
- Puyana, Alicia, y José Romero, 2005. *Diez años con el TLCAN. Las experiencias del sector agropecuario mexicano*, México, FLACSO-El Colegio de México.

- Puyana, Alicia, y José Romero (coords.), 2008. *El sector agropecuario y el Tratado de Libre Comercio de América del Norte. Efectos económicos y sociales*, México, El Colegio de México.
- Reutlinger, Shlomo, *et al.*, 1986. *Poverty and Hunger: Issues and Options for Food Security in Developing Countries. A World Bank Policy Study*, Washington D.C., Banco Mundial.
- Rivera, J.M., S. Whiteford y M. Chávez, 2009. *NAFTA and the Campesinos. The Impact of NAFTA on Small-Scale Agricultural Producers in Mexico and the Prospects of Change*, Chicago, University of Scranton Press.
- RuralStruc, 2010. Structural Dimensions of Liberalization on Agriculture and Rural Development. A Cross-Regional Analysis on Rural Change. Synthesis Report on the RuralStruc Program, informe final, Banco Mundial, junio. Inédito.
- Sen, Amayta, 1981. *Poverty and Famines: An Essay on Entitlement and Deprivation*, Oxford, Clarendon Press—Oxford University Press.
- Timmer, Peter, 2009. *A World without Agriculture: The Structural Transformation in Historical Perspective*, Washington, D.C., The American Enterprise Institute Press.
- Zahniser, Steven, y Zachary Crago, 2009. *NAFTA at 15: Building On Free Trade Economic Research Service*, USDA, en http://www.ers.usda.gov/Publications/WRS09_03/WRS0903.pdf.

3 LA INTEGRACIÓN REGIONAL DE LA CADENA MAÍZ-TORTILLA¹

Kirsten Appendini

El maíz —base de la alimentación de la población mexicana desde tiempos prehispánicos, y de la vida rural y campesina— es el bien agrícola más discutido, controvertido y cuestionado en el ámbito del TLCAN. En enero de 2008, después de 15 años de protección relativa y descendente para el maíz, la cadena maíz-tortilla no tiene límites de frontera: grano, capital, tecnología fluyen libremente para satisfacer la demanda de los consumidores en la región de Norteamérica, los únicos elementos de la cadena que no disfrutaban de la libertad de movimiento entre fronteras.

En el marco del TLCAN el debate en torno al maíz se ha enfocado en la problemática del sector agrícola, esto es, los efectos sobre los productores mexicanos.² Pocos estudios en México se han ocupado de cómo se ha transformado la cadena de maíz en sus múltiples complejidades de acuerdo con el destino del producto final (tortillas y otros productos alimenticios, insumo para alimento pecuario y recientemente, bioethanol).

El objetivo de este capítulo es analizar las maneras en que las cadenas maíz-tortilla se integran en la región del TLCAN y se han reforzado a partir de los años noventa. Se ha expandido el consumo de tortillas en EUA debido a la creciente demanda de la población hispana y de comidas “étnicas” y botanas. En México, la compra de tortillas es cada vez más frecuente frente a la elaboración doméstica. Esto no sólo es un fenómeno en las zonas urba-

¹ Agradecida con Guadalupe Quijada por su colaboración para realizar las entrevistas reportadas en este trabajo y a los industriales de la harina, masa y tortilla que con amplia disposición y amabilidad concedieron las entrevistas. También agradezco los valiosos comentarios de A. Cebreros. Toda interpretación de este material es, obviamente, responsabilidad mía.

² Se refiere a la inclusión del maíz del TLCAN; el no cumplimiento de las cuotas de importación con relación al cobro de aranceles por arriba de la cuota libre especialmente en los años 1996-2000; el debate en torno a los transgénicos.

nas, sino que está penetrando también en muchas localidades rurales. En consecuencia, la industria de la harina de maíz, y de molinos y tortillerías ha crecido también en México.

Se trata de un proceso que se despliega principalmente en dos tendencias que se conjugan alrededor de la “calidad”: el debate se ha dado en torno a la tortilla “industrializada” en la que se utiliza harina de maíz en mayor o menor cantidad em contraste con una tortilla de calidad que se identifica con la tortilla en base a masa nixtamalizada, recién hecha y que se consume caliente.

Por un lado, se trata de la industrialización/harinización de la tortilla, proceso en el que se busca integrar a los consumidores en forma masiva en una estrategia de provisión de alimentos baratos para ciertos grupos de población: la población de bajos ingresos —“los pobres”— en el caso del mercado mexicano y los inmigrantes mexicanos, EUA. Por otro lado, se trata de la “tortilla” con ciertos atributos de calidad como la tortilla de masa nixtamalizada, como se señaló.

En este capítulo se argumenta que los atributos de “calidad” son más complejos que la anterior dicotomía: industrial-harina/masa nixtamalizada. La tortilla de masa nixtamalizada y mezclada con harina —la llamaremos tortilla-tradicional-urbana— se elabora en el mismo establecimiento de venta, la tortillería, y se vende y consume fresca. La calidad de esta tortilla se contrapone a la de la tortilla de harina por parte de este sector de productores como la tortilla de masa que se acostumbra consumir en México, recién comprada y caliente para llevar a la mesa cada día. Pero se trata de una industria muy heterogénea, en donde la calidad cubre una gama amplia ya que ésta depende del tipo de grano así como de la mezcla de grano y harina con que se elabora la masa.

En el caso de México hemos argumentado que hay preferencia por la tortilla doméstica que hoy día exclusivamente se da en el ámbito rural —o en restaurantes mexicanos *gourmets* (Appendini, De la Tejera, García, 2003). Esto es, elaborada con masa nixtamalizada de grano criollo (puede ser de múltiples variedades). La calidad es también un atributo de acuerdo con las preferencias apreciadas como color, textura y sabor, etc., en la gran variedad de cocinas locales y regionales que caracterizan a la comida mexicana, por lo que calidad también comprende lo cultural. Relacionado con la tortilla de elaboración doméstica/rural hay otra forma de entender la calidad en un sentido mucho más amplio: la calidad de vida de los campesinos y su entorno. Este concepto de calidad comprende el sistema

ecológico y de modos de vida de los productores campesinos. El maíz y la tortilla producidas en el sistema tradicional de la milpa comprenden un ecosistema biofísico, social y cultural sustentable, que está desapareciendo rápidamente en el contexto rural mexicano. Esta alternativa será analizada en relación con el caso de la región productora de aguacate en Michoacán (Véase McNair, capítulo 5; Appendini, De la Tejera, García, 2003).

La apertura comercial (TLCAN) ha sido un vehículo más para la globalización de la industria de la tortilla tanto en México como en EUA. Este proceso está liderado por las grandes corporaciones transnacionales (de EUA y México). La tendencia predominante es a la homogeneización de este alimento básico para un consumo masivo y a precio barato —los inmigrantes hispanos en EUA y los trabajadores urbanos o “pobres” en general, en México. Pero, por otro lado, la industria harinera también incorpora el concepto de calidad para lograr expandir sus mercados. En consecuencia, la calidad tiene distintos significados de acuerdo con los distintos agentes de la cadena que la proponen.

En este capítulo nos centramos en los procesos de integración de las cadenas maíz-tortilla en el ámbito del TLCAN y cómo se han articulado a través de la frontera; asimismo, interrogamos ¿cómo se construye la “calidad” a lo largo de las cadenas maíz-tortilla desde los distintos agentes en la cadena?

En la primera sección se describe la evolución de las cadenas maíz-tortilla en el proceso de convertir la tortilla en una mercancía en el contexto de los sistemas agro-alimentarios globales. En la segunda y tercera sección, se refiere la evolución de la industria de la tortilla en EUA y en México en el marco del TLCAN. Se analiza la articulación de las cadenas mediante la posición de los agentes a lo largo de la cadena. El análisis se basa fundamentalmente en información estadística y documental. Se presentan algunos ejemplos ilustrativos de la conformación del mercado para el caso de la ciudad de Chicago. En la cuarta sección se discuten las tendencias de la industria de la tortilla en México y se presenta el caso de la industria de la tortilla en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México (ZMCM). Finalmente se discute cómo se construye la calidad desde la perspectiva de los distintos actores de la cadena.

LA GLOBALIZACIÓN DE UN ALIMENTO BÁSICO: LA CADENA MAÍZ-TORTILLA

La expansión de la producción y consumo de un bien —la tortilla— que es el alimento básico de la población mexicana es parte de la globalización “corporativizada”. Esto es, las grandes corporaciones que se han posicionado en las cadenas maíz-tortilla para responder a una demanda creciente en la región del TLCAN (y también en el resto del mundo). También es parte de un proceso de transformación del valor de un bien (de valor de uso y valor de cambio), al pasar de la elaboración doméstica para consumo inmediato a ser una mercancía elaborada por la industria de la harina, la masa y las tortillerías y ser distribuido por diversos canales de comercialización. A la vez, esta mercancía adquiere distintos valores en el mercado, debido a la valoración que distintos consumidores le dan al bien de acuerdo a sus apreciaciones sobre la calidad; atributos que son también captados por los agentes del mercado.

El proceso de conversión de la tortilla de un bien de producción doméstica (valor de uso) a un bien producido para la venta (valor de cambio) o “mercancía” comienza en México bajo la era del desarrollo industrial-urbano (mitad y hasta finales del siglo xx). La creciente población —urbana— requería del abasto de alimentos baratos en escala masiva —como lo hace hoy— y era el Estado el que se encargaba de regular el sistema de abasto de alimentos con el fin de eliminar las tensiones entre la producción y el consumo, subsidiando fuertemente el abasto de los alimentos básicos, entre ellos el más importante, el sistema maíz-tortilla (Appendini, 2001). Este periodo correspondió a una política “fordista” en el sentido que lo proponen Friedmann y McMichael (1989). Bajo la hegemonía del proyecto de desarrollo industrial-urbano y nacional se promovió la elaboración de la tortilla industrializada con base en la harina de maíz, con criterios de eficiencia, sanidad y nutricional, ya que repetidamente se proponía la incorporación de elementos nutrientes a la masa (Austin y Esteva, 1987). La harinización de la tortilla se logró en gran parte mediante la mezcla de la harina con masa en la elaboración de la tortilla, en tortillerías ubicadas en todos los barrios de las grandes ciudades y se expandió la venta de harina de maíz para la elaboración doméstica de la tortilla.

Desde el principio, la fabricación de harina de maíz es un oligopolio: sólo una empresa privada, Maseca, y una estatal, Minsa, fabricaban la hari-

na. La industrialización de la tortilla en México se asocia, por tanto, a la harinización y ésta se va expandiendo con la urbanización, pero también por las tensiones entre la producción y el consumo, cada vez más agudas por la incapacidad del Estado de mantener el balance entre precios con incentivo a los productores y precios bajos a los consumidores con cargo al fisco. El control de los precios de la tortilla a los consumidores afectó a la industria “tradicional” de las tortillas (molineros y masa nixtamalizada) y a fin de bajar costos y no afectar la rentabilidad, se utilizó la harina parcialmente como sustituto de grano para su elaboración, en detrimento de la calidad de la tortilla “tradicional”. La tortilla “urbana” se diferenció de la tortilla “rural” en su calidad.³

Con las políticas de ajuste estructural de los ochenta comenzó la desregulación del sistema maíz-tortilla. Primero, el retiro de los precios de garantía para los productores de maíz, luego, los diversos cambios en los subsidios a la industria de harina, masa y molinos y, finalmente, los subsidios a la tortilla, se integró el subsidio a los alimentos y en especie al programa de combate a la pobreza primero denominado Progresas y, posteriormente, Oportunidades (1997). Así dejó de ser un subsidio generalizado a la población urbana para ser focalizado a los grupos de población “pobre” (Appendini, 2001). Para entonces México ya había definido su integración a la economía global y era socio del TLCAN.

El sistema maíz-tortilla entra a una nueva etapa de “modernización” como parte de lo que se puede calificar como el fordismo global de acuerdo con la caracterización de Bonnano y Constance (2001) al difundirse el modelo de producción y consumo masivo por medio de la tecnología en los sistemas productivos de alimentos hacia el tercer mundo. De ahí se trasciende al posfordista global caracterizado por la flexibilización y nuevas relaciones sociales: un sistema de movilidad y de acciones globales en respuesta a condiciones que se manifiestan en enclaves locales y regionales. La libre circulación de capital altera cualitativamente las relaciones económicas, y políticas; para el capital transnacional altamente móvil, el consumo y el trabajo son recursos que incorporados y excluidos de los circuitos globales de acuerdo con las necesidades de las corporaciones.

³ Entendida como la tortilla en base a grano. El deterioro de la calidad también se percibe en los años setenta y ochenta cuando Conasupo importa maíz amarillo de EUA que se destina directamente a la industria que recibe el subsidio mediante dotaciones de Conasupo.

Por un lado hay una homogeneización de la producción en masa, para consumidores masivos y, por otro, hay una diversificación de bienes y, por tanto, de procesos, se trata de los nichos de mercado con alta especialización. Pero que según algunos autores, también están siendo cooptados por las grandes corporaciones (Friedland, 1994; Pollan, 2006). McMichael (2009) se refiere a un régimen alimentario corporativo para caracterizar la globalización que comprende rezagos del periodo fordista y que se organiza alrededor de una división del trabajo en la agricultura entre el Norte exportador de granos básicos que se intercambian por productos agrícolas de alto valor provenientes del Sur (frutas y hortalizas, y productos cárnicos).

En el caso de México, la ironía es que debido al abandono del campo como consecuencia de dos décadas en que los precios han caído desde 1991-1992 hasta finales del 2006 en 53%, los productores campesinos se retiraron del mercado y se convirtieron en productores de subsistencia mientras buscaban los ingresos monetarios fuera de la agricultura. Se incrementó la emigración a EUA y el campesino mexicano se convirtió en consumidor en EUA de una tortilla industrializada. Igualmente al interior del país, el abandono del campo, la creciente importancia de las actividades no agrícolas en el medio rural, y el trabajo de las mujeres en éstas, ha incrementado el consumo también de la tortilla elaborada fuera del hogar.

El capital corporativo se ha posicionado sobre las cadenas maíz-tortilla. En el caso de México, se ha excluido al pequeño productor a favor de la agricultura empresarial. Sinaloa garantiza el abasto nacional comercial, seguido por El Bajío; el resto del abasto es comercio local y autoconsumo. Mientras que la integración favorece el capital corporativo; la comercialización del grano, la industria de la harina, la elaboración de la tortilla con masa y harina, la venta de la tortilla empaquetada.

Este proceso se ha desarrollado plenamente en EUA, a diferencia de México, no se trata de una transformación de un bien, que cambia de ser un valor de uso a un valor de cambio, o de producción doméstica a una mercancía, de producción tradicional a industrial. En EUA la producción de la tortilla es una producción industrializada desde su origen.

Por otra parte, la mercantilización de la tortilla en EUA ha incorporado elementos de valorización arraigadas en lo cultural, lo étnico y en la “nostalgia”. La tortilla como mercancía, en el ámbito de mercado estadounidense, incorpora el significado simbólico del alimento que se refiere a estilo de vida rural, aspectos nutritivos, identidades regionales y nacionales,⁴ y que

RECUADRO 1

MISSION FOODS REVOLUCIONA LAS TORTILLAS BAJAS EN CARBOHIDRATOS; NUEVOS PRODUCTOS SE DESTACAN POR SU EXTRAORDINARIO SABOR PARA QUIENES ESTÁN A DIETA, ASÍ COMO PARA QUIENES NO LO ESTÁN

Con el lanzamiento de nuevos productos más importante en la historia de la compañía, Mission Foods, el fabricante de las tortillas de mayor venta en el mundo, presenta una nueva línea de tortillas bajas en carbohidratos de extraordinario sabor, considerablemente más bajas en carbohidratos netos y más altas en proteína, en comparación con las tortillas regulares. Las nuevas Tortillas Fajita Bajas en Carbohidratos de Mission traen el auténtico sabor apetecible de las tortillas regulares recién horneadas, con sólo cinco gramos de carbohidratos netos, equivalente a un tercio de los carbohidratos de una rebanada de pan blanco tradicional.

Fuente: Business Wire, 2004 <<http://www.hispanicprwire.com/news.php?l=es&tid=2152&tcha=4>>.

viene a formar parte de los atributos de una mercancía para los mexicanos en el exterior. Como se mostrará más adelante, estos aspectos se incorporan a las estrategias de la propia industria. Pero, también, la industria se dirige a otros grupos de consumidores, y entra a los nichos de mercado que corresponden a la moda de comida “étnica” (lo otro, lo exótico), la comida saludable (la tortilla contiene fibra y es baja en carbohidratos), la comida “verde” (la tortilla orgánica), etc. A diferencia de lo que los consumidores mexicanos atribuyen como calidad (que son también preferencias culturales) como son la textura, olor o sabor de la masa nixtamalizada, en EUA las preferencias pueden ser de otro tipo (véase el recuadro 1).

Los alimentos mexicanos en EUA

La industria de la tortilla en EUA ha tenido auge en las últimas décadas como consecuencia del crecimiento de la población hispana y el consumo de comida “mexicana” en general (véase el recuadro 2) (Packaged Facts, *The U.S. Hispanic Market*, 6a. ed., 1 de octubre de 2005, fuente: <www.packagedfacts.com/product/>). En un informe de *Info-Shop Reports*, se estima que el valor del mercado de productos de comida mexicana empacada en

⁴ Lo expresan claramente Lind y Barham (2004: 58): “Las poderosas fuerzas del capitalismo y del mercado han convertido en mercancía un alimento auténtico tanto en lo cultural como en su contexto social”. (Traducción propia).

RECUADRO 2
LA POBLACIÓN HISPANA EN EUA

46.9 millones en 2008.

3.2% tasa de crecimiento anual, 2007-2008.

64% de la población hispana es de origen mexicano (2007). De ellos 29.9% son nacidos fuera de EUA.

Fuente: U.S. Census Bureau, 2009:1.

EUA fue de 5 200 millones de dólares en 2006.⁵ Contrasta con las cifras estimadas para el mercado de comida empacada (de todo, no mexicano) en México que fue de 37 500 millones en 2002 (fuente: Packaging in Mexico, Report 2004/12, <www.the-inforshop.com/study>).⁶

Las marcas mexicanas se encuentran en los anaques de los supermercados de EUA y hay tiendas de abarrotes o supermercados especializados en productos mexicanos, en su mayor parte, con algunos productos de otros países latinoamericanos.⁷ Estas tiendas se encuentran principalmente en los barrios de población hispana.

Tanto en EUA como en México, la demanda de comida preparada, incluyendo la tortilla, se ha incrementado debido a cambios en los estilos de vida y hábitos alimentarios como consecuencia del trabajo de las mujeres fuera de casa, el aumento de la frecuencia de no comer en el hogar, la popularidad de la comida rápida, la moda por lo “étnico”, la amplia oferta de comida prepa-

⁵ La definición de productos de comida mexicana es la usada por Mintels: incluye tortilla chips, tortillas y taco *kits* en anaquel (*shelf stable tortillas*), salsas mexicanas, tortillas congeladas y refrigeradas, y otros productos de comida de estilo mexicano). Fuente: Mexican Food-US <www.the-infoshop.com/study>.

⁶ La Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto de los Hogares, 2008 reporta que el gasto en alimentos y bebidas consumidas dentro y fuera de los hogares (26 199 112 hogares) en 2008 fue de 195 082 millones de pesos (fuente: Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto de los Hogares, 2008, cuadro 5.5, en <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/enigh/enigh_2008/datos/2008/5tema.xls#5.5!Área_de_impresión>). Esto es, la población mexicana en total, gasta lo equivalente a 19 000 millones de dólares en alimentos y bebidas en 2009 (estimada la tasa de cambio en 10 pesos). El mercado de comida mexicana en EUA representa casi una tercera parte del total del mercado (gasto total) de alimentos en México.

⁷ Por ejemplo, enlatados y embotellados Jumex, una amplia variedad de productos de la panadería Bimbo, refrescos Jarritos, cerveza Corona, harina de maíz Maseca, productos de Nestle elaborados en México como café soluble, salsas de Herdez, etcétera.

rada “mexicana” o sus ingredientes en los supermercados, la demanda de “snacks” como botanas elaboradas con tortillas. Si bien, en México este tipo de cambios se asocia a la urbanización, en las localidades rurales también hay cambios en los hábitos de consumo a la par de las transformaciones profundas de la vida rural (Appendini y Torres-Mazuera, 2008; Arias, 2009).

Tanto México como EUA han incursionado en este mercado, que ha crecido de manera importante y hoy se considera como uno de los más dinámicos para la industria y el comercio a menudeo dentro de los EUA. El TLCAN ha facilitado este proceso debido a la abolición o baja de aranceles de los productos sujetos a intercambio comercial, han adquirido compañías en los países socios, o han fusionado o entrado en participación con empresas de los otros países con el fin de ganar posiciones estratégicas para entrar en los mercados de los países socios (Chauvet y González, 2001).

LA CADENA MAÍZ-TORTILLA EN EUA Y MÉXICO

La figura 1 ilustra la cadena maíz-tortilla en EUA y México y su articulación:

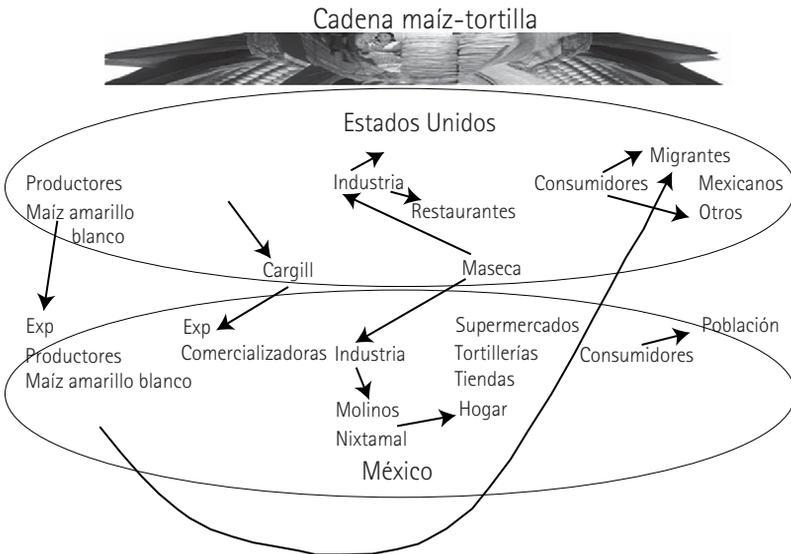


Figura 1. La tortilla global.

Cuadro 1. Maíz en EUA y México, 2008-2009

	<i>Producción (millones de toneladas)</i>			<i>Hectáreas sembradas (millones)</i>	<i>Expor- tación (millones de toneladas)</i>	<i>Impor- tación</i>
	<i>Total</i>	<i>Amarillo</i>	<i>Blanco</i>			
EUA*	307.4			34.8	44.5	0.4
México**	24.3	4.1	20.8	8.2		7.0
	<i>Productores (miles)</i>	<i>Promedio hectáreas por unidad con maíz</i>				
EUA	347 760	100.3				
México	2 793	4.0				

* 2008.

** Promedio 2008-2009.

Fuentes: datos del maíz: GCMA, febrero de 2009 <www.gcma.com.mx>; datos del maíz blanco y del amarillo, INEGI, 2009, cuadros 8 y 9. Datos de productores de Estados Unidos: <http://www.agcensus.usda.gov/Publications/2007/Online_Highlights/Custom_Summaries/Data_Comparison_Major_Crops.pdf>.

Estados Unidos es el principal productor y exportador de maíz mundial, con 38.9 y 57% de la producción y las exportaciones en 2008-2009.⁸

La creciente demanda de alimentos de tipo mexicano elaborados con maíz ha tenido un efecto sobre la producción de maíz en la agricultura norteamericana, en particular con respecto al cultivo de maíz blanco, cuya producción se ha incrementado de 550 000 toneladas en 1996-1998 a 900 000 toneladas en el año 2003 (Agricultural Marketing Resource Center, 2003). En 2009 se estima en 3 millones de toneladas. El cultivo de maíz blanco ha sido promovido por la industria de harina de nixtamal, en particular el grupo Gruma que es el principal demandante para la industria de la harina (entrevista de febrero de 2009).

La agricultura de maíz blanco se localiza principalmente en la región del Medio Oeste conocido como el "Corn Belt" (Indiana, Kansas, Iowa, Nebraska, Misuri). Se cultiva también en pequeñas áreas de Texas y el centro de California, por la cercanía a los mercados de población mexicana (Agricultural Marketing Resource Center, 2003). La demanda interna de maíz blanco es para la industria de tortilla y derivados. La otra fuente de

⁸ Información de GCMA (Grupo Consultores de Mercados Agrícolas) con datos de USDA, febrero de 2009 <www.gcma.com.mx>.

demanda de maíz blanco es para la exportación, y México es el principal comprador.

La industria de la harina y de la tortilla

La de la tortilla es la industria alimentaria del ramo de la panadería (*bakery industry*) que está creciendo con más rapidez en Estados Unidos y las ventas de tortillas se están incrementando más que las del pan blanco. Representan aproximadamente 30% de la venta total de productos de panadería.⁹ (Tortilla statistics and trends, en <www.aibonline.org/resources/statistics/tortillas.html>).

La industria de la harina se localiza cerca de las zonas de cultivo (Illinois, 56%) mientras que la producción de tortillas se concentra en California (56%), Texas (23%), Illinois (8%) (*ibid.*, 2003).¹⁰

La industria de harina de maíz nixtamalizada está muy concentrada. Azteca Milling —parte de la corporación Gruma— provee 80% del mercado total de la harina de maíz nixtamalizada en EUA. De la producción 40% es para la industria de la tortilla de la propia corporación, Gruma, dueña de la marca Mission Foods, Frito Lay y Taco Bell son los segundos clientes más importantes, mientras que 11% de la producción se destina al mercado al menudeo (Meager y Zimmer [s.f.]).

En el mercado hay una gran variedad de tortillas. La primera gran diferenciación es la tortilla de harina de trigo y la de maíz. Ésta última también presenta variedades de acuerdo con el tipo de grano: primero, si es de maíz amarillo o blanco. La demanda por maíz blanco es principalmente para la producción de tortillas o *chips* y se concentra en tres grandes empresas: Gruma y Bimbo, para tortillas y Frito Lay (Pepsi), para botanas.¹¹

⁹ Incluye además de la tortilla, los *chips*, taco *shells* y las tostadas.

¹⁰ La afirmación de que la tortilla en EUA es a base de harina de maíz nixtamalizado fue cuestionada por uno de nuestros entrevistados en México. De acuerdo con esta fuente, las ventas de tortillas de pequeñas empresas regionales (Los Ángeles y Chicago, por ejemplo) elaboradas en la forma tradicional de masa nixtamalizada es mayor que las marcas Mission (entrevista, V.S., febrero de 2009). No hemos podido verificar este dato en base a estadísticas oficiales.

¹¹ Se utilizan ambas variedades, si bien el blanco es el ingrediente principal. El maíz amarillo da color y textura. El maíz amarillo y la harina de maíz son los principales ingredientes de la tortilla *chips*. El maíz para estas industrias destinada a la producción de *chips* es 40% mayor que la destinada a la producción de tortillas.

Cuadro 2. La industria de la tortilla en EUA, 2008

Empresa	10 principales empresas productoras de tortillas y wraps	Tortillas refrigeradas (52 semanas a mayo 18, 2008)
	Ventas totales \$ 893 178 400	Ventas totales \$ 324 078 400
Gruma	219 960 000	6 139 744
Mission Foods	213 390 400	178 637 400
Private Label	80 960 000	16 510 200
Ole Mexc	57 115 820	
Bimbo	37 115 820	
La TRTL FCTY	26 338 100	
Pattco	17 401 950	
El Milagro	17 122 050	
Arriba	16 681 570	
General Mills	14 580 240	

Fuente: <<https://www.aibonline.org/resources/statistics/2008tortilla.html>>.

La producción de tortillas también se ha ampliado en cuanto a la variedad del producto. Se encuentran tortillas de maíces de colores, por ejemplo, en forma de *chips*. También se encuentran tortillas de distintos sabores: jalapeño, tomate, cebolla, chipotle, espinaca, salsa y cilantro. Estas variedades son relativamente nuevas, y han contribuido a 8% del crecimiento de la venta de tortillas en los últimos años. De acuerdo con esta fuente, 60% de los productos se venden frescos (<www.tortilla-info.com/News/tia-news100505.htm>).

La producción de la tortilla se realiza en industrias con características muy heterogéneas. Por un lado, está la presencia de las grandes industrias alimentarias, con marcas distribuidas en todo el país o en grandes regiones. El censo industrial (2007) señala que había 326 compañías (365 establecimientos) de producción de tortillas, con 15 620 empleados (<http://factfinder.census.gov/servlet/IBQTable?_bm=y&-geo_id=&-ds_name=EC073111&-lang=en>).¹² Al Grupo Gruma le corresponde 48% del valor de las ventas de tortillas y *wraps* en todo EUA en 2008. De acuerdo con el cuadro 2, el Grupo Gruma y sus filiales (Guerrero y Mission Food, Inc.) junto con la empresa Bimbo, otra empresa transnacional mexicana con su marca Tía Rosa, representaron 52% de la venta de tortilla fresca en 2008. Además, el grupo Gruma,

¹² Hay una alta concentración de la industria, de acuerdo con datos de 2002, las cuatro compañías mas grandes participan en 33% del valor de la producción (*shipment value*), y las 50 más grandes con 62.6% (<www.census.gov/prod/ec02/ec023/sr/t.pdf>).

RECUADRO 3
EL GRUPO GRUMA EN EUA

Es la mayor empresa productora de harina de maíz en el mundo, con ventas netas del orden de 2 500 millones de dólares en 2005, con plantas en EUA, Centroamérica, América del Sur, Europa, Australia y China. Las empresas asociadas a nivel internacional son Azteca Milling, Mission y Guerrero.

Roberto González lo estableció en México en 1949. En 1978 comenzó operaciones en EUA. De acuerdo con la información de la página web de esta empresa, se encontró una ventaja sobre la industria en México, debido a que el alto subsidio y control por parte del gobierno mexicano a la tortilla —hasta los años 1990— no dejaba incentivos para invertir en una producción de alta eficiencia. El objetivo era fabricar una tortilla con harina de maíz, que según los directores eran tan buena como la tortilla nixtamalizada.

Así fue como, según sus directores, la empresa desarrolló la tecnología más eficiente para la fabricación de tortillas en sus plantas en EUA y no en México. La compañía adquirió además otra empresa que permitiera el desarrollo de tecnología Elektra (Food Machinery Company) en 1978, que más tarde transfirió a Monterrey. Actualmente es la empresa Teknomaíz.

Gruma vende tortillas bajo las marcas de Mission, Guerrero, La Calidad, La Predilecta en todo EUA, además vende al mayoreo a restaurantes y comercios, a instituciones como hospitales, al ejército. Cuenta con 10 plantas en EUA, y con 5 951 empleados (2005), la venta de tortillas llega a 400 millones de dólares. Comprende 40% de la venta de tortillas en EUA, de acuerdo con la propia empresa se atribuye 54% de la venta de tortilla al menudeo en ese país. En 2005, los ingresos netos por ventas fue de 2 500 millones de dólares. (Fuentes: David Bacon, Taking on the Tortilla King, <<http://dbacon.igc.org/Strikes/06tortil.htm#top>>, Agricultural Marketing Resource Center, 2003). Tiene filiales en EUA, opera en Honduras, El Salvador, Guatemala y Venezuela. También se ha establecido la empresa en Europa (Europa Mission Foods). En años recientes, la empresa también se ha establecido en China y Malasia así como en Melbourne, Oceanía.

Fuente: <http://www.gruma.com/noticias/seccion_3/articulo_65/Pagina_157.asp>.

principalmente con la marca Mission, abarca 56% del valor del mercado de tortilla congelada. En suma, la corporación Gruma abarca la mitad del mercado norteamericano de tortillas.

Por otro lado, el estudio mencionado arriba (APEX, solicitado por TIA [Tortilla Industry Association] en 2004) señala que la industria con menos de 10 000 millones de dólares de venta al año contribuye significativamente a la producción (*idem*).

Así, la fabricación de tortillas en EUA se caracteriza por la predominancia en el mercado de grandes empresas o corporaciones que surten sus

productos a nivel nacional o en grandes regiones. Estas empresas producen a gran escala y con tecnología avanzada. La empresa de capital mexicano es líder de la industria, Mission Foods, la marca norteamericana de Gruma. Otras empresas han crecido a nivel local y regional y se han establecido en mercados regionales. Algunos de éstos de capital de migrantes mexicanos.

La otra empresa mexicana con presencia en el mercado de EUA es el Grupo Bimbo. Actualmente es una de las tres compañías panificadoras más grandes del mundo. La inversión en EUA comenzó en 1984, en los estados de Texas y California, después se amplió a Colorado, Oregon y Ohio. Actualmente tiene ventas en 27 estados. La producción principal de la empresa Bimbo es en productos de pan. Pero también produce tortillas con harina de maíz que vende bajo la marca Tía Rosa. La producción de tortillas comprende tortillas frescas y chips de tortilla. La variedad comprende tortillas en base a maíz amarillo, blanco, rojo, así como burritos y tortillas *gourmet*. (Fuente: <<http://www.bimbobakeriesusa.com/>>).

La pequeña industria de tortillas: los inmigrantes mexicanos en EUA

Hay otro tipo de establecimientos productores de tortillas, cuyo origen está en empresas creadas por población de origen mexicano y que son de muy diversas características. Este tipo de negocios se encuentran en todo el país y tienen características muy diversas.¹³ Surten a los mercados regionales y locales. El nacimiento de algunas de estas empresas son verdaderas “historias de éxito” que cuentan cómo, con su trabajo, un emigrante emprendedor y su familia lograron establecer y hacer un negocio que respondía en su origen a la demanda de la población en las comunidades mexicanas, sobre todo en las ciudades.

La distribución de tortillas depende del tipo de producción. En EUA la mayor parte de la tortilla es empaquetada y se vende en tiendas de comida y los supermercados. También las empresas productoras venden directamente a restaurantes y establecimientos de servicios de comida, por ejemplo, en instituciones como escuelas, hospitales, etc. El mercado más amplio está en el Centro Sur y en el Este (63% del mercado), pero la región del Noreste está alcanzando una participación importante con 20% del mercado. La venta directa al público es menor, si bien existe la venta de tortillas

¹³ También existen empresas de dueños norteamericanos que venden marcas con nombres mexicanos, aprovechando el mercado de tortillas.

de elaboración doméstica, o “tortillerías” tradicionales en barrios de población mexicana en algunas ciudades. Por ejemplo, en el Sur de California hay una cadena de supermercados que tiene tortillería adentro del establecimiento con venta directa.

Con el fin de indagar sobre la pequeña industria de tortilla y las formas de distribución, se hizo una visita de campo en el verano de 2006 a la industria de la tortilla en la ciudad de Chicago, y se presenta a continuación.

UN CASO: LAS EMPRESAS FABRICANTES DE TORTILLA REGIONAL Y LOCAL EN CHICAGO

Chicago se estableció como el núcleo de la industria agroalimentaria del centro de EUA desde el siglo XIX, con las industrias de la carne, lácteos y dulces, principalmente. La inmigración a la ciudad propició el arraigo de muy distintas tradiciones de comida étnica de acuerdo con la población proveniente de distintos lugares del mundo. El abasto y venta de productos alimenticios mexicanos, sobre todo en los barrios de la comunidad mexicana, ya estaban presentes en los años sesenta. Se establecieron fábricas de tortillas tales como Del Rey, Atotonilco y Sabinas. Las tortillas comenzaron a aparecer en muchas tiendas de alimentos, incluyendo los supermercados. Al mismo tiempo, algunas empresas procesadoras y empacadoras, como La Preferida, Inc., vendían sus marcas de salsas, chiles y otros productos de tipo mexicano, tanto al público general como a la población hispana.

En 2006 se localizaron 10 fábricas identificadas por las cámaras de comercio de los barrios mexicanos del centro de Chicago, Pilsen y La Villita.¹⁴ Estas empresas producen tortillas de diferentes tipos (de harina de trigo y de maíz, blancas y amarillas) así como *chips*, *taco wraps*, etc. Surten sus productos a nivel local y sus marcas se encuentran en tiendas y supermercados de la ciudad y de la región. En ningún caso hay venta directa de tortillas al público en la fábrica. Pero algunas de las empresas cuentan con un restaurante en donde se vende la tortilla recién hecha, a los clientes que lo consumen con los alimentos en el restaurante. Así, hay dos modalidades de venta: la venta de tortillas empacadas y las recién hechas y calientes en el restaurante.

¹⁴ Comunicación personal en entrevista con los presidentes de las cámaras de Comercio de La Villita y Pilsen, octubre de 2006. Información de TIA (Tortilla Industry Association). Puede haber otras empresas no registradas.

RECUADRO 4
LOS PRINCIPALES ESTABLECIMIENTOS PRODUCTORES
DE TORTILLAS EN LA CIUDAD DE CHICAGO

El Milagro. Cuenta con varias tiendas en EUA. Fue fundado en 1970 por Raúl López que llegó a EUA en los años cuarenta. De sus productos 80% se distribuye por medio de intermediarios que se lo venden a los vendedores al menudeo.

Aztec Foods. Establecido en 1970 por Arthur Velásquez tiene dos sitios de distribución en Chicago y más de 200 empleados, 80% de ellos son latinos. En 1999 se unió con Azteca del maíz para formar Azteca Foods Europe.

Del Rey Tortillería, Inc. El Rey Mexican Food Products, Inc. comenzó en 1978 con una tienda, *Super Mercado El Rey*, y la fabricación de tortillas. Fue fundado por dos hermanos y sus esposas. Hoy día, también se fabrican *chips* de maíz, tostadas. Los productos se venden en los supermercados El Rey así como en tiendas de abarrotes y a restaurantes. La empresa fabrica más de un millón de tortillas al año. En 1980 comenzó la venta de tortillas al mayoreo.

La Guadalupana. Los esposos Pedro y María de la Luz Castro empezaron en la cocina familiar su negocio, La Guadalupana, empresa que actualmente facturó 2.7 millones de dólares. Especializada en la producción de masa para tamales, fue fundada en 1941, cuando su abuelo don Pedro trabajaba por las mañanas en una panadería italiana y por las tardes hacía tamales y tortillas con su hermanos. En un principio distribuían sus productos entre amigos y vecinos. Sin embargo, la calidad y buen sabor les hicieron ganar tan buena reputación que decidieron abrir un supermercado en 1945. Los productos La Guadalupana se distribuyen en todos los suburbios de Chicago y estados vecinos como Indiana, Michigan, Wisconsin y Minesota, con 25 empleados y para cumplir con la creciente demanda.

Otras empresas en la ciudad de Chicago son:

Atotonilco. Tiene restaurante junto a la fábrica; *Sabinas Food Products, Inc.* Tiene el restaurante Nuevo León, junto a la fábrica; *Tortillería Durango*; *Cecys Molino de Masa*; *El Popocatépetl*; *El Ranchero Food Products*; *Muñoz Flour Tortillería.*

A continuación se presentan las características generales de algunos de los establecimientos de acuerdo con la información provista por las cámaras de comercio y la accesible en Internet.¹⁵

En la ciudad de Chicago no se encontró que hubiera tortillerías “tradi-

¹⁵ Con el apoyo de las cámaras de comercio se solicitó formalmente una entrevista con los dueños y encargados de las fábricas. No tuve éxito. La dificultad parece no haber sido algo personal, como pude constatar con otra experiencia, que refleja la actitud que yo encontré: “Creí que no tendría problemas para conseguir entrevistas en varias de las

cionales”, o sea, que elaboren tortillas y que haya venta directa al público. Los consumidores adquieren los productos en las tiendas de abarrotes o supermercados. El consumo de la tortilla recién hecha, del comal al plato, sólo se da en los restaurantes. En los barrios de Pilsen y de La Villita hay una gran cantidad de restaurantes mexicanos, y en algunos se observa a las empleadas que hacen las tortillas para el consumo directo de los clientes.

O sea, los patrones de consumo corresponden a los patrones de abasto de la vida urbana. Las familias no disponen de alguien que vaya a la “tortillería” por el producto recién hecho, el gozar de una “tortilla” hecha en el momento del consumo se ha convertido en un “lujo” o agasajo que se relaciona con el paseo, el tiempo de ocio en que los consumidores acuden a un espacio social, reuniéndose con amigos o familiares en un restaurante.

LA CADENA MAÍZ-TORTILLA EN MÉXICO

La oferta: producción e importación

La procedencia del maíz se ha reestructurado a partir del TLCAN, como consecuencia de las reformas a las políticas agropecuarias y la gradual, desde 2008 completa, apertura a la importación de maíz. Los grandes empresarios agrícolas en tierras de riego (Sinaloa) han desplazado a los productores medianos y grandes en tierras de temporal y del centro y Sureste de México como los abastecedores de maíz blanco en el mercado nacional (Appendini, 2001; De Ita, 2003).

El estado de Sinaloa es ahora el principal productor de maíz destinado al mercado para el consumo humano con 23% del maíz blanco en 2007; Jalisco, el Estado de México y Chiapas contribuyeron con 22% (INEGI, 2009: cuadros 8 y 9).¹⁶

empresas latinas [en Chicago]. A fin de cuentas, ¿a qué empresario no le gustaría contar de sus éxitos? Las cosas no se dieron como lo planificado. Al hacer mi primer llamado, la persona que me contestó me cortó la llamada a propósito. En tres días, al llamar a cinco empresas, me cortaron el teléfono, me encontré con números desconectados y con mensajes dejados que nadie contestó”. La excepción fue Aztec Foods (Sara Capetillo [s.f.]).

¹⁶ Al principio de la década de los noventa, Sinaloa no era productor de maíz (contribuía con 7% de la producción en 1989, mientras que Jalisco, Estado de México y Chiapas contribuían con 39%). El cultivo de maíz en Sinaloa fue promovido por los cambios en la política de precios al principio de los años noventa, cuando se desregula-

La importación de maíz ha incrementado de 2.2 a 10.8 millones de toneladas entre 1994 y 2008 (34% de la oferta total).¹⁷ Esta importación es principalmente para uso pecuario y la industria distinta a la de la tortilla. Una producción muy baja correspondió a maíz blanco (5.1%) (GCMA, [s.f.]). Las grandes empresas, como Gargill, son importadores de grano, pero sobre todo para uso pecuario; la industria harinera, como Maseca y Minsa, a partir de 2008 pueden importar directamente el grano que requiere.¹⁸

La producción de maíz blanco se destina principalmente al consumo humano (56.7%) que se distribuye entre autoconsumo y para el mercado. La producción comercial se dedica a la industria de la harina y de la tortilla, así como a otros alimentos derivados del maíz. El maíz blanco es para la producción de harina (3 700 000 de toneladas en 2006) para la elaboración de la tortilla de masa nixtamalizada (3 400 000 de toneladas en 2006) y para el consumo directo en zonas rurales (3.5 millones de toneladas en 2006) (Sagarpa, 2007). Esto es, 7 100 000 toneladas del maíz blanco para consumo humano pasa por el mercado; GCMA estima que 8 millones de toneladas de grano pasan por el circuito comercial (GCMA [s.f.]).

Cuando se liquidó Conasupo en 1997, la cadena de comercialización de maíz fue reestructurada.¹⁹ El acopio del grano a los productores fue ocupado por agentes privados de la industria y comercializadores. Con respecto a éstos últimos, en un primer periodo de transición, operaban principalmente los agentes locales y regionales en un mercado irregular en que los transportistas eran predominantes. En la década de 2000 fue creciendo la presencia de las grandes corporaciones. Por ejemplo, Gargill fue ampliando su presencia en la comercialización de maíz blanco desde 2004; la participación de la empresa en la importación —como parte de Conasupo en el pasado— y en el comercio de grano para uso pecuario, lo llevó a incursionar en la comercialización de grano para la industria de la masa y

rizaron los precios de los granos y de las oleaginosas, con excepción del maíz y el frijol que conservaron precios relativos favorables, así como la canalización de recursos fiscales bajo las nuevas modalidades de políticas agropecuarias como Procampo y Aserca que han favorecido a los productores comerciales (De Ita, 2003).

¹⁷ 10.8 millones de toneladas: 7.6 en grano y 3.2 maíz quebrado. Fuente: <<http://www.siap.gob.mx/ventana.php?idLiga=1608&tipo=1>>, 2008.

¹⁸ De acuerdo con la información de Maseca, la importación de maíz blanco es mínima —unas 100 000 toneladas en años recientes (entrevista A.C., febrero de 2009).

¹⁹ Ya desde principios de los noventa, Conasupo había concentrado el acopio de maíz hacia Sinaloa, y dejado de comprar de manera importante a los estados de producción “campesina”.

la tortilla. Cargill compra grano a productores y lo almacena en sus bodegas rentadas en las principales zonas productoras de maíz donde opera: Sinaloa y el Bajío (Jalisco, Guanajuato y Michoacán) y ha desarrollado una nueva estrategia de comercio detallista para proveer a la industria de la tortilla, como se describirá más adelante.²⁰

Algunas organizaciones campesinas también han incursionado en el mercado, las experiencias han sido diversas y no hay un registro de ellas para conformar una visión a nivel nacional. Destaca la experiencia de ANEC (Asociación Nacional de Empresas Comercializadoras de Productores del Campo) fundada en 1995 para fines de acopio y comercialización de granos —maíz, frijol, sorgo, trigo y arroz— tiene presencia en 17 estados y representa alrededor de 50 000 productores. Cuenta con 207 unidades de almacenamiento para sus socios con una capacidad aproximadamente de 800 000 toneladas (<<http://anec.laneta.apc.org/nosotros.html>>).

Las empresas de la industria de la harina también se han afianzado en el mercado como compradores directos, operan principalmente con productores que están organizados y entregan en bodegas con facilidades logísticas y control de calidad: Maseca compra alrededor de 1 700 000 de toneladas de maíz blanco de los cuáles un millón son adquiridos en Sinaloa, directamente a productores/bodegueros; Minsa igual efectúa compras directas a productores; además existe compra directa de industrias que utilizan grano para otros fines, como el caso de Arancia-Corn Products International, productor de aceites, jarabes y derivados químicos de maíz, entre otros productos.²¹

Sin embargo, la primera cadena de comercialización se caracteriza por diversos y numerosos actores; no hay información cuantitativa para estimar la importancia de los más grandes en este espacio de la cadena.²² Las formas de compra y los convenios establecidos para la compra de grano abarca una gran diversidad. Sin embargo, son las empresas grandes las que han podido aprovechar los esquemas de subsidio como son los programas

²⁰ La operación con maíz para consumo pecuario y otras industrias es distinta. La empresa compra a productores y vende a empresas y a comerciantes regionales.

²¹ Entrevista A.C., febrero de 2009; véase también De Ita, 2003.

²² De acuerdo con información proporcionada por Gargill son 600 000 toneladas compradas de maíz blanco en los últimos tres años y que en total estima que las empresas grandes sólo participan en el mercado con 6 millones de toneladas de maíz blanco (entrevista L.T., febrero de 2009). Esta cantidad de maíz es casi la destinada a la industria.

de compras anticipadas que coordina Aserca.²³ Por otra parte, algunas industrias harineras han incursionado en la compra directa a productores organizados, como ha sido el caso de Maseca del grupo Gruma a los llamados Clubs de Maíz, que son contratos de compra bajo esquemas de agricultura por contrato en las principales zonas productoras del país, sin embargo, estas formas de acopio no han resultado ser importantes ni sostenidas.

La industria de harina de maíz. Este eslabón de la cadena maíz-tortilla está comprendido por seis empresas —Maseca, Minsa, Agroinsa (parte del grupo Gruma), Harimasa, Molinos Anáhuac de Chihuahua (Macsa), Harinas Blancas de Mazatlán y una planta de Gargill en Tula, Hidalgo. El grupo Maseca y la empresa Minsa controlan 90% de la producción de harina en México.

La harina de maíz se vende directamente bajo la marca del fabricante al comercio detallista o a la industria de la tortilla, que es su destino más importante. Las tortillas pueden ser sólo elaboradas con harina como las que se venden empaquetadas (por ejemplo, la marca Milpa Real de la empresa Bimbo) y en venta directa al público como el caso de las tortillerías dentro de los supermercados.

Pero, principalmente, la harina es un insumo que se mezcla con la masa nixtamalizada: la harina de maíz nixtamalizado ha tenido una importancia creciente en la elaboración de tortillas, ya que, entre 1991 y 1998, su participación se ha incrementado.²⁴ Se estima que el ingrediente de mezcla de harina en la masa ha variado entre el 30 a 20% del insumo; actualmente se estima en 45% (entrevistas varias, febrero de 2009).

Las cifras respecto a la importancia de la industria de molinos/masa/tortilla son aproximadas. El censo industrial de 2004, da el dato de 63 459 esta-

²³ En este esquema, la organización o bodega tiene que identificar a cada productor individual y eso se integra a la auditoría externa del comprador. Por eso puede haber productores de diversos tamaños. Véase la información de Aserca sobre el programa de compras anticipadas de maíz <http://www.aserca.gob.mx/artman/publish/article_1866.asp>. El programa no sólo tiene importancia porque fija un precio, sino porque garantiza un abasto mínimo al comprador.

²⁴ Un entrevistado de la industria molinera/nixtamalera estimó que antes de que Conasupo desapareciera 70% del mercado lo abastecían los nixtamaleros y 30% los harineros; actualmente es 55 y 45%, respectivamente (entrevista T.P., marzo de 2009).

blecimientos de tortillerías de maíz y molienda de nixtamal en el país en 2003, con 154 280 personas ocupadas (<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2004/cuadros/cuadro_manu02.xls>).

Un estudio de Sagarpa estima que existen entre 10 000 y 12 000 molinos de nixtamal en México, que producen 54% de las tortillas consumidas en el país. Por otra parte, la Cámara Nacional de Maíz Industrializado (CNMI), estima que hay 45 000 tortillerías (Sagarpa, 2007: 51).²⁵

La industria de la masa y las tortillerías se localiza sobre todo en el centro y el sur del país. La mayor concentración es en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, donde está arraigada la costumbre de consumir y de comprar la tortilla nixtamalizada, se estima que 73% de la tortilla consumida es nixtamalizada (entrevista A.C., febrero de 2009).

*La industria de molienda, masa nixtamalizada
y tortillerías en la zona metropolitana de la ciudad de México*

La industria de molinos y tortillerías ha crecido rápidamente en la ZMCM desde que la cadena maíz-tortilla dejó de ser regulada a finales de 1998.

Esto es, cuando Conasupo dejó de entregar maíz subsidiado mediante el sistema de cuotas a los establecimientos a la vez que se liberó el control gubernamental sobre el precio de la tortilla. La industria no dependía del grano subsidiado y se podía abastecer del mercado privado libremente. Con anterioridad, el número de molinos y, por tanto, de tortillerías se había controlado por el sistema de cuotas de dotación de maíz, ya que no era rentable producir masa/tortillas sin grano subsidiado.²⁶ Al ser liberado el precio de la tortilla y la compra de grano en el mercado, se propició la entrada de nuevos productores a la industria. De acuerdo con un informante, Conasupo tenía un padrón de 1 068 molinos y 6 800 tortillerías en el D.F. y la ZMCM. Actualmente no se sabe con certeza el número de establecimientos, pero se estima que hay no menos de 2 300 molinos y 17 000 tortillerías (entrevista T.P., marzo de 2009). Esto ha incrementado la competencia en el mercado, pero también nuevos problemas en la cadena, ya que la in-

²⁵ Un informante de la industria estimó en 65 000 los establecimientos de molinos y tortillerías en el país con la consecuente disminución en el volumen de ventas por establecimiento. Lo último fue también confirmado por molineros y tortilleros.

²⁶ Para mantener la rentabilidad para los productores, se empezó a utilizar cada vez más la mezcla de masa con harina de maíz.

dustria de la masa/tortillerías ha crecido como una actividad informal sin normas ni supervisión pública, lo que en opinión de los líderes de la industria, significa una competencia desleal para las empresas establecidas.

El abasto de grano a la industria de la ZMCM es ahora mediante comercializadores nacionales y regionales. De acuerdo con la información obtenida en entrevistas realizadas en 2009, los industriales se surten principalmente del maíz blanco proveniente de Sinaloa y de la región del Bajío. Según la información proporcionada por molineros y expertos en la materia, el grano de estas zonas tiene preferencia por sus propiedades para el proceso de molienda y nixtamalización, tales como son la cocción adecuada, el color, el rendimiento, así como la oferta en el tiempo y cantidades que requiere en un momento dado el industrial —por medio de las empresas comercializadoras que se surten en esas regiones. Por ejemplo, en Sinaloa se utilizan variedades de semillas con propiedades adaptadas a los requerimientos para la molienda y nixtamalización.²⁷

Algunos industriales —los más grandes y los menores (5% aproximadamente) compran directamente a los productores o asociaciones de productores e inclusive participan en los programas de gobierno de compras anticipadas y pueden contratar servicios de silos. Pero la mayoría se abastecen en las comercializadoras. Al final, cinco o seis empresas manejan entre 80 y 98% del mercado (entrevista T.P., marzo, 2009).

Por ejemplo, la empresa Gargill comenzó una estrategia “nueva” para posicionarse en el mercado minorista; desde 2004 empezó a vender grano, procedente principalmente de Sinaloa y Guanajuato, en la ZMCM. Para ello ha establecido bodegas en varios puntos de la zona. La venta y distribución de grano en sacos de 20 kilogramos se organiza por medio de una central a la que se hacen los pedidos y desde la que se entrega a los clientes molineros y tortilleros con camionetas, de manera similar al sistema de Maseca para la entrega de sacos de harina. Esta estrategia de mercadotecnia se ha acompañado de una iniciativa de apoyar la “modernización” de las tortillerías, con un programa de Gargill para capacitar a los clientes en la administración, maquinaria, procesos de estandarización en la producción y marca del producto.²⁸

La innovación tecnológica es un tema recurrente entre los industriales entrevistados. Modernizar la industria de la masa/tortilla se considera

²⁷ Entrevista a molineros de la ZMCM y al Dr. A. Iruegas, febrero de 2009.

²⁸ Comprende las acciones Gargill como “empresa socialmente responsable” (entrevista L.T., febrero de 2009).

RECUADRO 5
ORGANIZACIONES PRINCIPALES
DE LA INDUSTRIA DE MAÍZ Y TORTILLA

Cámara Nacional del Maíz Industrializado: Comprende a toda la industria que utiliza el maíz como insumo —la industria de harina, alimentos pecuarios, aceites, etc. Representa a la industria de harina, que son seis empresas en el país (Entrevista G.C., febrero de 2009).

Cámara Nacional de la Industria de Productores de Masa y Tortilla (CNIPTM).

Unión Nacional de Molineros y Tortillerías. Representa a los industriales de la industria de elaboración de masa nixtamalizada y tortillerías.

Consejo Empresarial de la Industria del Maíz.

Consejo Promotor y Regulador de la Cadena Maíz Tortilla (Protortilla). Comprende productores pequeños (afiliados a la CNC), comercializadores, industriales de la harina, industriales de molinos, masa y tortilla.

A nivel regional: *Unión de Molineros y Tortilleros del D.F.*

Diversas uniones a nivel estatal.

una necesidad para mantener la rentabilidad y dar mayor calidad a su producción. Una vertiente es la renovación de la maquinaria y el equipo, para lo cuál, en 2007, la Secretaría de Economía estableció el Programa de Modernización de la Industria de la Tortilla, Mi Tortilla, con el fin de propiciar cambios tecnológicos en los establecimientos y mejoras en la comercialización del producto, con apoyos financieros y de capacitación. Otra vertiente, iniciativa de un grupo de industriales, se refiere a innovaciones en los procesos de elaboración de los ingredientes; ejemplo de ello son las pruebas para elaborar una masa nixtamalizada deshidratada, como se experimenta en una planta piloto de propiedad privada en Lerma.

Los industriales de la masa/tortilla conforman un grupo que participa en las cadenas maíz-tortilla dispersa, en que sólo una parte de ellos, los industriales mejor establecidos, están organizados en distintas asociaciones u organizaciones, mientras que un vasto grupo informal no participan en éstas. Esto lo plantean los industriales como el reto más difícil para la industria y su futuro. No es la competencia de la industria de la harina y una tortilla industrializada elaborada con harina de maíz, ya que consideran que las preferencias de los consumidores es por la tortilla “tradicional” de masa nixtamalizada apreciada como una tortilla de “calidad”.

LA CONSTRUCCIÓN DE LA CALIDAD Y LA APROPIACIÓN DEL MERCADO

La calidad de la tortilla se define de múltiples formas, ya que adquiere distintos significados para los diferentes actores a lo largo de la cadena. Los industriales, ya sean de la industria de la harina/tortilla, o sean de la industria de la molienda/masa/tortilla se posicionan en el mercado con un producto con atributos de calidad que abarca una amplia gama de significados: desde la tortilla industrial que con base en alta tecnología e investigación científica permite manipular el insumo harina hasta lograr las propiedades deseadas hasta la tortilla “tradicional/de elaboración doméstica” que evoca al campo, a la cultura y a que los mexicanos son “hombres y mujeres de maíz”.

Partiendo de una concepción utilitarista la “calidad de un alimento” es aquella adecuada para el consumo (Peri, 2005, citado por Herrera-Corredor *et al.*, 2007: S1). Esto es, el bien es tanto un objeto de consumo como un objeto de intercambio (valor de uso y valor de cambio). La percepción de los atributos “sensoriales” del producto junto con la memoria, la cultura, las emociones, etc. compone lo que los consumidores asocian con la calidad de los alimentos y cómo establecen sus preferencias (*idem*). En un ejercicio realizado por los autores citados se investigaron las preferencias por 10 tipos de tortillas que eran resultado de distintos procesos productivos, desde la elaboración doméstica con masa nixtamalizada hasta la tortilla empacada de venta en supermercados, pasando por distintos tipos elaborados por la industria (combinaciones de harina y masa y diferentes procesos de cocción). El resultado reportó que los consumidores califican claramente la “calidad” a partir de las características sensoriales del producto que se refieren en primer lugar a la textura: tales como la “corea” (*rollability*), facilidad de masticar (*chewiness*) y resistencia al romperse y, en segundo lugar, al sabor y “*overall liking*” (*idem*).²⁹

La calidad no es un atributo determinado y cada agente de la industria lo construye *ad hoc* a su producto y como parte de la estrategia de venta. En otras palabras, como valor de cambio (mercancía). La calidad se construye desde el primer eslabón de comercialización, de acuerdo con el tipo de grano —más o menos apto para la fabricación de harina o de masa, el grado de limpieza del grano, la homogeneidad del grano en los bultos o entreugas, el almacenaje y el tipo de silos, principalmente.

²⁹ Para procesos tecnológicos innovadores y las propiedades de masa y tortilla, véase también el trabajo de Iruegas [s.f.].

RECUADRO 6
LA CALIDAD DESDE LA INDUSTRIA DE LA HARINA

Tenemos que tener una calidad homogénea del maíz, porque nuestras plantas trabajan veinticuatro horas del día, trescientos sesenta y cinco días del año... y están a una temperatura, a una presión estándar porque es antieconómico parar una planta para cambiar los indicadores de presión, los parámetros, y meterle otro maíz diferente... hemos buscado siempre... estandarizar el maíz, y somos los principales promotores de que se siembre cierto tipo de maíz de alta calidad y que sea maíz blanco... el maíz... que es muy suave por dentro, no, tiene que ser córneo o vítreo, ¿por qué?, porque lo vamos a someter al proceso de molienda muy fuerte, mientras que esa olla de nixtamal tarda de siete a ocho horas en hacerse, sin ningún aparato de medición, simplemente a ojo del nixtamalero... en media hora, hacemos cinco mil toneladas, ellos en siete horas, ocho horas, en una noche hacen dos toneladas... nosotros todo lo tenemos sujeto a controles electrónicos y hay un cuarto central de control donde se está midiendo paso a paso todo el proceso y, a final de cuentas, antes de salir a la venta la harina nuestra, probamos muestras en laboratorios, las transformamos en tortilla y si no cumplen las normas ese lote va para atrás, porque toda nuestra estrategia de ventas está basada en... la calidad de la harina y en la garantía de rendimiento harina-masa-tortilla.

El otro tema de calidades es la inocuidad... un maíz mal almacenado... desarrolla aflatoxinas, que es un hongo que se desarrolla no en el campo, se desarrolla en el almacenamiento del maíz...

Nosotros probamos en el campo, en el embarque de maíz al llegar a la planta, en el proceso, al salir de la planta, y tiene que dar todos los estándares... todas nuestras plantas en México ya están en ISO 14000 que es el ISO ecológico.

(Entrevista A.C., febrero de 2009).

Desde la industria de la harina de maíz nixtamalizado y la tortilla “de harina”, la calidad se entiende como la que tiene un producto óptimo a partir de un proceso de producción técnico eficiente, estandarizado, con alta tecnología, que cumple con las normas de producción respecto a condiciones de higiene de la planta, del envase, almacenamiento, transporte y distribución al cliente.³⁰ Se garantiza un producto que cumple los requerimientos establecidos, sea las características de la tortilla final, ya que en el proceso de elaboración se pueden manipular los ingredientes para obtener las características deseadas (textura, color, sabor, nutrientes, etc.).

³⁰ No obstante, hay diferencias entre empresas, como constata el estudio realizado por C. Muñoz entre una empresa del mismo consorcio, fabricante de tortillas en California y en Tijuana (Bank Muñoz, 2008).

RECUADRO 7
LA "CALIDAD" EN LA INDUSTRIA DE MASA/TORTILLA

...nosotros los mexicanos conocemos la calidad, el mexicano que ha crecido, que ha tenido en la mesa, en la mañana, en la tarde, en la noche, una tortilla tradicional nixtamalizada, a todos nos gusta, entonces como estamos tan acostumbrados a lo bueno, difícilmente lo vamos a dejar... (L.M., febrero de 2009)

Sí, la gente tiene la percepción de que las tortillerías de la calle, las convencionales, trabajan más con masa nixtamalizada y la otra percepción que tiene es que están más calientes y efectivamente están más calientes, aunque estamos prendiendo y apagando las máquinas, trabajamos 5 minutos, apagamos 20, trabajamos 10 minutos, paramos 15, y ahí vamos, según los horarios se van cambiando esos periodos de trabajo. Entonces, la gente tiene la percepción de que la tortilla de las tortillerías es más de nixtamal y es más caliente y eso es lo que les da la preferencia.

—La definición es lo que usted puede definir de esa tortilla. ¿Usted conoce la tortilla, las ha comido, dígame usted cómo la ve? Entonces, una tortilla tiene color, sabor...

—Yo la veo, tiene color, tiene elasticidad.

—Si la calienta, no se hace tiesa. Porque la gente la tiene que recalentar; entonces, si usted la recalienta le sirve para después.

—Sí. Son las características que esperamos de una tortilla.

—Usted guarda su tortilla y la mete al refrigerador así: y la mete en bolsa de plástico y la mete al refrigerador.

—Se conservan muy bien.

Una semana. No tiene refrigerador, en el tortillero no se le echa a perder durante cuatro o cinco días.

(Entrevista T.P., marzo de 2003).

Frente a esta propuesta, los industriales molineros/masa y tortillas argumentan la "calidad" como la tortilla tradicional hecha en base a masa nixtamalizada, "que es del gusto de los mexicanos" —y que en este argumento— no puede ser producida por la industria de la harina. Se trata de una tortilla "calientita" con el color, textura, olor y sabor de la tortilla nixtamalizada. En este sentido, el discurso de la calidad evoca las costumbres y la cultura.

Desde esa perspectiva las preferencias distinguen la tortilla "tradicional-urbana" de la tortilla de harina. Pero entre los propios industriales de la masa/tortilla se da una competencia también por calidad y por precio.

El producto final varía de establecimiento a establecimiento y en la definición de calidad intervienen elementos del proceso técnico, de las propiedades del producto, de las preferencias y, por otro lado, el precio, como se ejemplifica en el recuadro:

RECUADRO 8 LOS NIXTAMALEROS

La norma sanitaria 187 contempla eso y obliga a que todos los negocios usen equipos, y que todas las partes que tengan contacto con el producto deben de ser de acero inoxidable, puedo decir con toda seguridad que 99.9% de la gente no cumple con esa norma...

Hacemos de todos los tipos de tortilla, aquí la situación está en que hay zonas de la ciudad... ya un poquito medio peculiares, hay zonas donde la gente prefiere la tortilla blanca y, es curioso, por ejemplo, donde más piden la tortilla blanca es en los lugares más marginados, las colonias más pobres, más proletarias, y hay lugares donde aceptan la tortilla más cremosita.

También es de precios, la tortilla, lamentablemente la tortilla como el maíz son genéricos, son *commodities*, hay pocas diferencias entre uno y otro, la cuestión de la calidad la hemos dejado un poquito de lado. No todo el éxito de un negocio es ser el más baratero, cuenta también el servicio y la calidad, empieza a verse como una ventaja competitiva, pero para la mayoría de los compañeros la opción más fácil es competir con precio, yo me bajo 50 centavos cuando mi compañero también lo hace. (Fuente: T.P., marzo de 2009).

De ahí que para los industriales de la masa/tortilla la competencia con la tortilla industrial de harina no es la preocupación principal, si bien varios entrevistados se referían a la preferencia que recibía mediante apoyos del gobierno. Más bien, los molineros y tortilleros señalan que hay dos productos distintos y dos mercados distintos, opinión que comparten los industriales de la harina. Al final, los consumidores estarán dispuestos a pagar un precio mayor por la tortilla de masa/tortilla —por preferencia o conveniencia— que en la ZMCM se vende a 9 o 10 pesos (2009) o prefieren por precio o conveniencia la tortilla de harina que se vende a 5.50 pesos en las tiendas de cadena de supermercados, pero abarca sólo 3% del mercado. En esta zona, la mayor venta de harina es para el mixteo —o sea la harina incorporada en la masa nixtamalizada.

Así, una controversia latente se resuelve en las articulaciones de la cadena: los industriales de la masa/tortilla producen y venden una tortilla tradicional con distintas mezclas de harina, misma que procede de la industria que vende la tortilla de harina nixtamalizada. La competencia está entre los miles de industriales de la masa/tortilla, no con la industria de la harina. Al respecto se reproducen los argumentos de calidad como un producto con ingredientes puros e ino cuos y un proceso de producción higiénico y supervisado frente a la industria de la masa y los molinos. Dentro de este sector hay

un discurso paralelo, ya que los empresarios molineros y tortilleros grandes o establecidos, desde el periodo de Conasupo, constituyen una actividad en constante búsqueda de calidad “cultural”, más la calidad entendida como la tecnología, las normas de higiene y seguridad en los procesos productivos, frente a los microestablecimientos surgidos en la última década que producen muchas veces en condiciones poco higiénicas y sin garantía de inocuidad de los ingredientes en el producto final. Además de no cumplir con las normas ambientales, laborales y fiscales, definido como competencia desleal.

CONCLUSIONES

La cadena maíz-tortilla se ha integrado al proceso de globalización y son las grandes corporaciones que se han posicionado en el negocio en el contexto del TLCAN: maíz, capital, tecnología y consumidores (más no trabajadores) se movilizan libremente y se integran en el vasto mercado de la región de EUA y México.

En la producción del grano se posicionan los agricultores empresariales del Corn Belt en EUA y de Sinaloa en México. En el caso de México, al cabo ha significado la exclusión de los pequeños productores del mercado de granos y un cambio radical en la “geografía” del maíz que ha pasado del centro y sur del país al noroeste.

En la comercialización, también se han posicionado las empresas comercializadoras de grano y, en México, corporaciones globales se han convertido en agentes importantes en el mercado de abasto a la industria, inclusive adoptando estrategias innovadoras como la venta al menudeo a la pequeña industria de molinos/masa/tortillas, que es el caso de la ZMCM.

En la industria de harina nixtamalizada, el capital transnacional mexicano es el elemento principal a ambos lados de la frontera. En EUA las estadísticas obtenidas muestran que tiene posición de oligopolio tanto en la elaboración de harina como de tortillas frescas y congeladas. Pero también hay empresas pequeñas y medianas —principalmente fundadas por inmigrantes mexicanos— que atienden los mercados regionales. Aunque en todos los casos se trata de una tortilla industrializada. En México, la posición oligopólica que da en la fabricación de harina —insumo que articula a los harineros con los industriales de la masa/tortilla— y la competencia se da entre los miles de establecimientos de la masa/tortilla, sean grandes empresarios establecidos o micro-establecimientos informales.

Las corporaciones globalizadoras son los agentes dominantes de la cadena, en un régimen alimentario global corporativo que de acuerdo con McMichael (2009) caracteriza al orden neoliberal mundial que ha posicionado el poder corporativo en el sistema alimentario mundial, a la vez que amenaza la existencia de la agricultura campesina y desplaza la producción nacional de alimentos. La tortilla globalizada convertida en mercancía construye la “calidad” como parte de las estrategias de mercado de la industria a ambos lados de la frontera y cada uno de los segmentos de mercado. Así, en la “globalización/corporativización” de la tortilla se incorporan y se “mercantilizan” los discursos culturales/étnicos, de nostalgia, de salud, etc., que son las nuevas tendencias de los mercados de países de consumidores, por un lado migrantes y por otro de ingresos medios y altos, como EUA. En México, la urbanización, el declive de la agricultura campesina, la creciente importancia de las actividades no agrícolas en el ámbito rural, la incorporación de las mujeres rurales al trabajo remunerado —igual que en las zonas urbanas— está cambiando rápidamente los patrones de consumo. La tortilla del consumidor mexicano es una tortilla industrial, ya sea de harina, o de masa nixtamalizada.

El discurso de la calidad se ha apropiado de la tortilla como mercancía. Si bien los mexicanos saben lo que es la tortilla de “calidad”: es la tortilla de los “hombres y mujeres de maíz” un valor de uso, de elaboración doméstica con base de grano nixtamalizado, ésta tiende a desaparecer junto con la agricultura campesina. Como dijo uno de los empresarios entrevistados: “...pero si te encuentras personas que todavía hacen las tortillas ahí, en casa, oye, pues consévala y cuidala mucho porque debe ser de las últimas que hacen eso, es mucho trabajo para un producto que vale \$8.50 o \$6.00 en el supermercado”.

REFERENCIAS

- Agricultural Marketing Resource Center, 2003. The U.S. corn masa-industry. Structure and implications for the Great Plains, *Region Department of Agricultural Economics, Kansas State University*, <<http://www.agmrc.org/NR/rdonlyres/EC8E389D-7085-40ED-B8B2-0B02B0AC4552/0/sparkswitecornpaper.pdf>>.
- Appendini, Kirsten, 2001. *De la milpa a los tortibonos. La reestructuración de la política alimentaria en México*, México, El Colegio de México, UNRISD.
- Appendini, Kirsten, y Gabriela Torres-Mazuera (eds.), 2008. *¿Ruralidad sin agricul-*

- tura? *Perspectivas multidisciplinares de una realidad fragmentada*, México, El Colegio de México.
- Appendini, Kirsten, Beatriz de la Tejera y Raúl García Barrios, 2003. Seguridad alimentaria y “calidad” de los alimentos: ¿una estrategia campesina?, *Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe*, CEDLA, octubre: 65-83.
- Arias, Patricia, 2009. *Del arraigo a la diáspora. Dilemas de la familia rural*, México, Miguel Ángel Porrúa.
- Austin, James, y G. Esteva, 1987. *Food Policy in Mexico: The Search for Self-Sufficiency*, Ithaca, Cornell University Press.
- Bank Muñoz, Carolina, 2008. *Transnational Tortillas. Race, Gender, and Shop-Floor Politics in Mexico and the United States*, Ithaca-Londres, ILR Press-Cornell University.
- Business Wire, 2004. <<http://www.hispanicprwire.com/news.php?l=es&id=2152&cha=4>>.
- Bonanno, A., y D.H. Constance, 2001. Globalization, Fordism, and Post-fordism in agriculture and food: A critical review of the literature *Culture and Agriculture XXIII* (2) verano: 1-18.
- Capetillo, Sara [s.f.]. Reclutando y contratando a latinos con discapacidades en Chicago: algunas empresas son más pujantes que otras, *Boletín. Proyecto Visión*, Chicago, en <<http://www.proyectovision.net/spanish/news/21/hiringlatinos.html>>.
- Chauvet, Michelle, y Rosa Luz González, 2001. Globalización y estrategias de grupos empresariales agroalimentarios de México, *Comercio Exterior* (51):12.
- Friedland, William H., 1994. Fordism, Postfordism, mass production and flexible specialization: Whatever is going on in the world? Ponencia presentada en el seminario Restructuring the Food System: Global Processes and National Responses, Noruega, Center for Rural Research, Universidad de Trondheim.
- Friedmann, Harriet, y Philip McMichael, 1989. Agriculture and the state system, *Sociologia Ruralis XXIX* (2): 93-117.
- Grupo Consultor Mercados Agrícolas (GCMA) [s.f.]. México. líder mundial de la producción de maíz blanco. Información proporcionada por GCMA, febrero de 2009.
- Herrera-Corredor, J.A., et al., 2007. Identifying drivers for consumer acceptance and purchase intent for corn tortilla, *Journal of Food Science*, vol. 72, núm. 9.
- INEGI, 2009. Censo Agrícola, Ganadero y Forestal, en <http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/agropecuario2007/Resultados_Agricola/Tabulado_VIII_CAGyF_8.pdf>.
- INEGI, 2008. Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto de los Hogares, 2008, en <www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/enigh/enigh_2008/datos/2008/5temas.xls?5.5!Area_de_impression>.
- Iruegas, Andrés [s.f.]. ¿Comparación reológica de masas tortillas obtenidas por un proceso nuevo desarrollado por la empresa Escala Máxima y por el proceso tradicional, México, Universidad Iberoamericana, documento fotocopiado.

- Ita, Ana de, 2003. *Los impactos socioeconómicos y ambientales de la liberalización comercial de los granos básicos en el contexto del TLCAN: El caso de Sinaloa*, México, Centro de Estudios para el Cambio en el Campo Mexicano, Centro Mexicano de Derecho Ambiental.
- Lind, David, y Elizabeth Barham, 2004. The social life of the tortilla: Food, cultural politics and contested commodification, *Agriculture and Human Values* **21**.
- McMichael, Philip, 2000. The power of food, *Agriculture and Human Values* **17**: 21-33.
- McMichael, Philip, 2009. The food regime genealogy, *Journal of Peasant Studies* **36**: 1.
- Meager, M., y T. Zimmer [s.f.], *Corn Masa Flour Enterprises*, Agricultural Innovation and Commercialization Center, Purdue University, en <<http://www.agecon.purdue.edu/planner/resources/documents/CornMasaFlour.pdf>>. Mexican Food-U.s, en <www.the-infoshop.com/study>.
- Packaged Facts, 2005. *The U.S. Hispanic Market*, 6a. ed., <www.packagefacts.com/product/>.
- Packaging in Mexico, Report 2004/12, <www.theinfoshop.com/study>.
- Pollan, Michael, 2006. *The Omnivore's Dilemma: The Natural History of Four Meals*, The Penguin Press.
- Sagarpa, 2007. *Situación actual y perspectivas del maíz en México 1996-2012*, Tierra Fértil, en Sagarpa, <www.tierrafertil.gob.mx>.
- Tortilla statistics and trends*, en <www.aibonline.org/sources/statistics/tortillas.html>.
- Torres-Mazuera, Gabriela, 2008a. Los productores maiceros en Emilio Portes Gil: de campesinos de subsistencia a agricultores de medio tiempo en un ejido, en K. Appendini y Torres-Mazuera, G. (eds.), *op. cit.*
- Torres-Mazuera, Gabriela, 2008b. Transformación identitaria en un ejido rural del centro de México. Reflexiones en torno a los cambios culturales en el nuevo contexto rural, en K. Appendini y G. Torres-Mazuera (eds.), *op. cit.*
- U.S. Census Bureau News, 2009. *Facts for Features* **14**: 1, en <http://www.census.gov/Press-Release/www/releases/pdf/cb09ff-17_hispmnth09eng.pdf>.

4
LA GLOBALIZACIÓN DEL AGUACATE:
TRANSFORMACIÓN E INTEGRACIÓN DE LAS INDUSTRIAS
DEL AGUACATE DE MÉXICO Y ESTADOS UNIDOS

Lois Stanford

Los estudios sobre la agricultura mundial desde la perspectiva de la economía política se han centrado en la expansión de los sistemas de abasto internacional de materias primas, así como el creciente poder de las fuerzas transnacionales en la reestructuración de los sistemas locales y regionales de producción alimentaria en América Latina (Llambí, 1994; Kay, 2000; Fritscher y Steffen, 1991). Recientemente los estudios han analizado el rol de las corporaciones, los gobiernos y las políticas agrícolas en la conformación de esos procesos de transformación en los ámbitos nacionales e internacional (Friedmann y McMichael, 1989). Desde estos enfoques también es importante documentar el proceso de transformación ocurrido dentro del propio sector alimentario, en particular cómo influyen las gestiones locales y regionales en la forma en que se lleva a cabo la integración global. Al emprender el proceso de integración de los mercados, empresarios y empresas regionales suelen desencadenar fuerzas que no sólo transforman a fondo los sistemas alimentarios, sino que los resultados pueden ser muy distintos a los imaginados por los propios pioneros del proceso. En este capítulo, un solo producto alimenticio, el aguacate, nos servirá de ejemplo para observar las repercusiones económicas, sociales y culturales de la globalización agrícola en dos países: México y Estados Unidos. En el contexto de la globalización comercial, la transformación física de este fruto silvestre semidoméstico, tan común en el huerto familiar, en una mercancía internacional, se refleja en la transformación económica, social y política de dos regiones: Michoacán, en México, y California, en Estados Unidos.

A grandes rasgos, la integración binacional se basa en una larga historia de interacción e intercambio. A principios del siglo xx, las industrias de aguacate de California y Michoacán se desarrollaron siguiendo trayectorias independientes debido a diferencias en la orientación de las organizaciones de productores y en la estructura de la agroindustria. A medida en que las industrias aguacateras de ambos países se expandieron, la competencia bi-

nacional se incrementó, a la vez que aumentaron las preocupaciones en torno a la competencia fitosanitaria, el dominio del mercado y la exportación internacional. Los sistemas comerciales engendran su propia cultura y manera de ver el mercado, de modo que, con el tiempo, los productores de aguacate de Michoacán y California llegaron a convencerse de su propio mito sobre el problema de la competencia binacional. Con la integración total del mercado de esta industria aguacatera global, ocurrida durante la primera década del presente siglo, tanto las contradicciones como la competencia surgidas nos hablan más bien de intereses locales *versus* los internacionales, y no de una competencia binacional. En este proceso de transformación, los productores de aguacate de Michoacán y California encaran un mismo mercado internacional, en el que las empresas aguacateras transnacionales acumulan ganancias y expanden sus oportunidades comerciales fomentando la competencia entre diversas regiones productoras, abatiendo los precios de los productores y controlando las propias exportaciones. Con la integración binacional de esas dos industrias productoras de alimentos, los vínculos directos entre productor y mercado se han desarticulado aún más, de modo que los mercados y pequeños consumidores ignoran o no se interesan por el origen del fruto. En este capítulo analizaremos los pasos de ese proceso de transformación, la política atrás de los mercados internacionales y las consecuencias que ambos procesos han tenido para los productores de aguacate de ambos países.

EL AGUACATE

El aguacate pertenece a la familia *Lauraceae* y su género, *Persea*, consta de 85 especies cuyos orígenes naturales se extienden desde el sur de Estados Unidos hasta Chile. En general, los científicos reconocen tres razas de aguacate: guatemalteca, mexicana y antillana. La presencia de tres razas sugiere la posibilidad de otros tantos procesos de domesticación y centros de origen en diferentes regiones de Mesoamérica (Mendoza Arroyo, 1996). Pruebas arqueológicas dan testimonio de la presencia de aguacate desde tiempos prehistóricos. Durante la Colonia y hasta el siglo XIX, el aguacate fue un cultivo de huertas familiares (Sánchez Díaz, 2000; West, 1948).

Para fines del siglo XIX, México se caracterizaba por tener una amplia diversidad de variedades de aguacate en sus diferentes regiones. Las plantaciones comerciales de aguacate se limitaban a unos cuantos centros regio-

nales, como el valle adyacente a la ciudad de Querétaro y Atlixco, Puebla (Popenoe, 1918-1919). Los árboles crecían de forma natural, sin labranza, ni riego, ni poda. Los productores mexicanos veían el aguacate como un cultivo muy noble, es decir, un árbol frutal que, pese a ser abandonado, continúa produciendo frutos con valor comercial. Los aguacates crecían principalmente en huertas mixtas, intercalados con otros árboles frutales, e incluso dispersos en las orillas de los trigales o maizales. Los métodos de cosecha eran sencillos y rudimentarios. A pesar de una larga historia de venta y comercialización selectiva del aguacate, ni los productores ni los científicos mexicanos habían desarrollado la tecnología de reproducción necesaria para transformar el aguacate de una fruta familiar semidoméstica en un cultivo frutícola comercialmente viable (Sánchez Colín, 2002).

VÍNCULOS HISTÓRICOS ENTRE MICHOACÁN Y CALIFORNIA

A principios de la década de 1910, científicos especializados en la industria del aguacate californiana recorrieron Guatemala y México en busca de variedades de este frutal con fines de cruzamiento selectivo con el de las huertas caseras de Los Ángeles. En 1911, los científicos realizaron las primeras visitas exploratorias a San Luis Potosí, Guanajuato, Querétaro y la región de Atlixco, Puebla, recolectando muestras de esquejes y frutos para enviarlas a California (Popenoe, 1936). En un solo aguacatero —Fuerte— localizado en una huerta de Atlixco, Puebla, los californianos descubrieron el filón principal. Ese árbol, que fue una cruce híbrida entre las variedades mexicanas y guatemaltecas, producía alrededor de 600 aguacates al año. Esta variedad procedente de un solo árbol, fue denominada Fuerte por su resistencia a las condiciones climáticas extremas del sur de California, llegó a representar 75% de los aguacateros plantados en esa región a mediados de la década de 1930 (Shamel, 1936).

Sin embargo, aduciendo una posible infestación de plagas tropicales, Estados Unidos prohibió en 1914 la importación del aguacate mexicano e impuso la barrera fitosanitaria que estaría vigente hasta 1997. Esa prohibición fitosanitaria fue la barrera comercial que les facilitó a los productores de aguacate de California consolidar el mercado interno de Estados Unidos, al mismo tiempo que siguieron explorando los aguacates mexicanos para extraer el material genético aptos para las condiciones agrícolas de California, y que le permitiera ampliar la temporada de producción y que

hiciera la fruta resistente a las heladas (Popenoe, 1917). La Asociación de Aguacateros de California (California Avocado Association) organizaba viajes anuales de científicos y productores californianos que recorrían las principales regiones de producción de aguacates comerciales y mejoraban sus relaciones con los científicos y productores mexicanos. En 1938, productores y otros representantes del ramo en California viajaron a Atlixco, Puebla, para colocar una placa de bronce al pie del árbol Fuerte original, como un reconocimiento al papel esencial del material genético mexicano en el desarrollo de la floreciente industria de aguacate californiana (Barrett, 1938).

En esa época, los productores de aguacate californianos y mexicanos no se veían como adversarios. Los productores comerciales valoraban cualquier forma de colaboración e intercambio de información técnica que facilitara el desarrollo comercial del aguacate en sus respectivos mercados nacionales. Protegidos por la barrera fitosanitaria, los productores de California expresaban una clara convicción de que sus esfuerzos por desarrollar comercialmente el aguacate en los mercados estadounidenses traería beneficios complementarios a los productores mexicanos. Desde luego, esa actitud era un reflejo parcial del entorno económico, es decir, la ausencia de competencia directa, pero también lo era del carácter de aquellos primeros empresarios (Stanford, 2006). Los extensionistas californianos daban asesoría técnica a los productores de aguacate de Puebla, quienes, irónicamente, importaron esquejes de aguacate Fuerte procedentes de los viveros de California. Estos contactos e intercambios binacionales sentaron las bases de la expansión de la industria de aguacate mexicana durante la década de 1940, que transformó los huertos familiares en huertas comerciales. Los primeros empresarios mexicanos y estadounidenses se veían a sí mismos como promotores y reconocían la dedicación de sus colegas extranjeros. En suma, los productores de ambos países valoraban las relaciones binacionales.

CRECIMIENTO DE LAS INDUSTRIAS AGUACATERAS

La industria de aguacate estadounidense

En 1924, los productores de aguacate de California crearon una cooperativa llamada California Avocado Growers Exchange, misma que cambiaría su nombre a Calavo Growers of California en 1927, para facilitar la promo-

ción y comercialización del aguacate bajo la marca Calavo. Desde el principio, Calavo se esforzó por imponer normas de calidad a la comercialización, de abrir nuevos mercados, de ampliar la membresía de la cooperativa y de sancionar a los productores de aguacate que se negaran a acatar la normatividad comercial de Calavo. Al mismo tiempo que Calavo se establecía como el representante comercial colectivo de la floreciente industria de aguacate californiana, luchaba por preservar la unidad organizacional y por integrar a todos los productores independientes (Stanford y Hogeland, 2004). En parte, los esfuerzos de Calavo por consolidar su control sobre los productores de aguacate de California se vieron fortalecidos por el éxito comercial de la cooperativa en la venta al menudeo del Este de la Unión Americana, en las tiendas de alimentos la marca Calavo se volvió sinónimo de aguacates de óptima calidad (Thille, 1940). Conforme la industria de aguacate de California se fue volviendo más compleja y competitiva, sobre todo en lo referente a comercialización, surgieron divisiones entre los productores “organizados”, es decir, miembros de Calavo, la cooperativa aguacatera, y productores y empacadores “independientes”. Durante las décadas de 1920 y 1930, Calavo había dominado a tal grado la industria de California que sus decisiones de producción y comercialización determinaron el desarrollo del ramo en su totalidad (Hodgkin, 1942). Para 1945, Calavo se había consolidado como la principal red comercializadora de la industria del aguacate de California.

El éxito del aguacate atrajo a muchos nuevos productores. Entre 1920 y 1950, la cooperativa Calavo vendió entre 70 y 80% del aguacate californiano, encabezando así el desarrollo económico de la industria. En 1945, alrededor de 57% de los productores de aguacate de California habían establecido sus huertas en el transcurso de los tres años previos, y entre 1945 y 1949, la superficie ocupada por huertas de aguacate había aumentado 50% en ese estado. A mediados de la década de 1950, Calavo perdió el control del ramo, pues nuevos productores de aguacate estuvieron cada vez menos dispuestos a afiliarse a la cooperativa. La sobreproducción, la saturación del mercado y la creciente competencia entre los productores se tradujeron en caídas devastadoras de los precios y menores ganancias para el productor. También surgieron cambios drásticos en el mercado al menudeo estadounidense. El auge de los supermercados y la integración de mercados verticales fueron factores que alteraron la relación entre los comercializadores al menudeo y al mayoreo. Las grandes cadenas de supermercados preferían firmar contratos con grandes empresas o coopera-

tivas que, como Calavo, pudieran garantizar calidad uniforme, entrega oportuna y grandes volúmenes. Calavo consideró entonces, que su papel era vigilar al ramo y controlar directamente la comercialización del aguacate mediante su propia red de emparadoras, almacenes y medios de transporte (Mather, 1962).

A medida que fue creciendo el número de productores independientes, Calavo perdió la capacidad de ejercer la fuerza comercial que tuvo en el pasado. Los productores y empaadores independientes entraron en competencia directa con Calavo al comercializar su producto entre un grupo reducido de compradores al menudeo; se consideraban a sí mismos como promotores de una competencia saludable dentro del ramo al reducir el poder con que Calavo había sometido a la industria aguacatera (Henry, 1962).

Con el tiempo, Calavo cambió sus objetivos y dejó de defender a la industria en su conjunto para defender únicamente a sus miembros contra los productores “no organizados”. A fines de la década de 1950, Calavo había adoptado ya una estrategia empresarial y comercial diseñada para beneficiar a sus asociados frente a la competencia con otros productores. En sus propias palabras, la cooperativa empezó a “pensar en la venta al menudeo”, es decir, a ponderar el efecto que su producción y calidad tendrían en el mercado, en vez de concentrarse en las necesidades del productor (fuente anónima, 1979). Estas decisiones sentaron las bases para la posterior transformación de Calavo en una empresa con fines de lucro (Stanford y Hogeland, 2004). Años más tarde, la estrategia independiente de Calavo fue imitada por los exportadores de aguacate michoacanos en la década de 1980.

En un esfuerzo por restablecer el orden de las décadas de 1930 y 1940, los productores y compradores de aguacate de California se movilaron para crear nuevas organizaciones y solicitar el apoyo del Departamento de Alimentación y Agricultura del estado. En 1961, el recién nombrado Consejo Asesor Aguacatero de California (California Avocado Advisory Board) impulsó la promulgación de un mandato estatal de comercialización que obligaba a todos los productores de aguacate a pagar una cuota de 5% sobre su producto empacado. Se argumentó que el esfuerzo de comercialización concertada era necesario si la industria de aguacate quería venderles a las grandes comercializadoras corporativas, pues le permitía competir con otros productos frescos y defender su mercado interno contra las importaciones (Stanford y Hogeland, 2004). Gracias a ese mandato de comercialización, los productores de aguacate californianos pudieron, a su vez, ir en

pos de intereses comerciales en común sin depender del estado de California en lo financiero (Myers, 1977).

La industria del aguacate en México

Irónicamente, en sus primeros recorridos prospectivos los empresarios aguacateros de California apenas mencionaron a Michoacán, que entonces sólo producían variedades locales en pequeña escala para los mercados regionales. Durante las décadas de 1930 y 1940, las huertas aguacateras mexicanas se expandieron, más que nada, gracias a las importaciones de esquejes de aguacate Fuerte (ahora californiano) para la región de Atlixco, Puebla (Ortega, 2002). La expansión, durante la década de 1950 y principios de la de 1960, coincidió con el rápido crecimiento del consumo interno en México (Turu, 1968). El estado de Puebla retuvo el predominio de la producción de aguacate al expandir las huertas de variedades mexicanas originales, como Fuerte, Puebla y Gottfried, que como se señaló se convirtieron en mercancía en California y reintroducidas a México (Turu, 1968). Algunos productores californianos expresaron su preocupación por el intercambio de variedades comerciales de aguacate con los productores comerciales mexicanos, pues temían que éstos intentaran penetrar en el mercado estadounidense y competir directamente con California, pero en aquel entonces, los compradores comerciales mexicanos estaban concentrados en el desarrollo del mercado interno.

A principios de la década de 1950, Michoacán tenía apenas 923 hectáreas de huertas de aguacate y la mayoría eran de variedades criollas locales (Sánchez Colín *et al.*, 2002). Uruapan, que se localiza en las tierras altas templadas adyacentes, se benefició por su ubicación, pues resultó ideal para establecer operaciones y reinversiones empresariales. A principios de la década de 1950, un pequeño grupo de empresarios construyó en Uruapan los primeros viveros de variedades de aguacate mejoradas con esquejes de aguacate Fuerte adquiridos en los viveros de Puebla. En 1957, los empresarios aguacateros de Michoacán —los pioneros, como se les conoce localmente— empezaron a importar esquejes de aguacate Fuerte y Hass de California, lo que dio acceso a los productores locales a variedades de aguacate mejoradas (Gallardo, 1988). Los productores locales no tardaron en cambiar a la variedad Hass mediante el injerto de esquejes de Hass en patrones (masas radiculares) criollos nativos. Al injertar esquejes de la

variedad comercial Hass importados de California en patrones criollos nativos de Michoacán, los empresarios de Uruapan crearon un aguacatero comercial auténticamente “binacional”. De esta manera, los empresarios aguacateros transformaron físicamente los aguacates criollos de los huertos familiares de Uruapan en aguacates Hass, pues para 1960 habían importado entre 18 000 y 20 000 esquejes californianos (Sánchez Colín *et al.*, 2002).

En Uruapan, la élite formada por los primeros viveristas y empacadores se ufanaba de su individualismo, independencia financiera y pericia técnica. Estos pioneros se distinguieron de los inversionistas que les sucedieron por su independencia, disposición a correr riesgos y esfuerzo por establecer huertas comerciales como prueba de su espíritu emprendedor.¹ Para ellos, quienes llegaron después, en particular los productores y empacadores comerciales procedentes de las tierras bajas tropicales, eran inversionistas. Los nuevos inversionistas pusieron más atención en la comercialización y promoción del producto, en establecer empacadoras comerciales, en crear asociaciones de negocios y en importar maquinaria para mecanizar el empaque (Mendoza Arroyo, 1996).

Los productores privados vieron con preocupación que el gobierno federal mexicano brindara apoyo financiero a los pequeños productores para el establecimiento de aguacateras comerciales. En 1965, la Comisión Forestal del Estado de Michoacán empezó a construir viveros de árboles frutales selectos con la idea de ampliar la producción de frutas al ofrecerlos gratis a los ejidatarios de las comunidades rurales, en muchos casos como parte de programas de reforestación. Al mismo tiempo, el Instituto Mexicano del Café (Inmecafé) lanzó un agresivo programa de plantación de variedades selectas de aguacate como estrategia para diversificar la producción de las regiones cafetaleras (Mendoza Arroyo, 1996). Los intentos federales por hacer extensiva la producción comercial del aguacate entre los pequeños productores de Michoacán no fueron más allá de la entrega de los árboles. El gobierno mexicano no suministró el apoyo financiero necesario para que las comunidades ejidales cubrieran los gastos de producción y comercialización; por el contrario, los organismos federales encargados de allegar créditos agrícolas a los productores de aguacate —en particular los Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA)— se dirigie-

¹ Comunicación personal y entrevista con el Sr. Sergio Martínez Camacho. Véase también Martín Gallardo *et al.*, 1987.

ron principalmente a organizaciones de propietarios privados o a productores medianos y grandes. La expansión de las huertas aguacateras entre los beneficiarios de la reforma agraria en Michoacán afectó de varias maneras a las comunidades, lo que nos habla de diferencias en su organización social interna. En las comunidades agrarias cuyos integrantes retuvieron el control de los recursos, los créditos y servicios de extensión agrícola del gobierno permitieron que algunos pequeños productores de aguacate, en su mayoría ejidatarios, se incorporaran a la producción comercial. Por el contrario, en las comunidades cuyas tierras estaban controladas por un reducido grupo de empresarios, la distribución de oportunidades no fue equitativa y la emigración persistió durante la década de 1970 (Mora Camacho, 1994).

A diferencia de lo ocurrido en California, los productores de aguacate de Michoacán enfrentaron desde el principio una expansión acelerada de las huertas de aguacate. Entre 1960 y 1980, la superficie de Michoacán ocupada por huertas de aguacate aumentó de 927 a 21 291 hectáreas. Durante la década de 1970, Michoacán surgió como el principal protagonista de la industria mexicana del aguacate y empezó a rivalizar con California por el predominio de su propia industria del aguacate nacional. A mediados de la década de 1980, Michoacán fue productor de cerca de 86% del aguacate de México; y Uruapan se atribuyó alrededor de 50% de la producción estatal. A partir de entonces, los productores de California, que reconocieron la importancia de los productores de aguacate de Uruapan, empezaron a incluir en sus viajes algunas visitas a las huertas michoacanas (Gustafson, 1971-1972). A su vez, los productores de Uruapan acudieron a sus colegas californianos en busca de experiencias y conocimientos que los ayudaran a establecer la cooperación en la comercialización.

Los productores y empacadores de aguacate de la región de Uruapan fueron los primeros en proponer estrategias para regular el mercado y recuperar los márgenes de utilidad del pasado. Por una parte se enfocaron a la organización, aprovechando la experiencia de Calavo en California. En el ámbito regional, los productores comerciales intentaron organizar y regular toda la industria de aguacate de Michoacán. Así, entre finales de la década de 1970 y principios de la de 1980 se formó y desintegró un sinnúmero de organizaciones agrícolas, tales como sociedades cooperativas, uniones de crédito y asociaciones ejidales. Las 12 asociaciones de mayor relevancia se unieron para constituir, en 1973, la Unión Regional de Pro-

ductores de Aguacate (URAP) (Paz Vega, 1988).² Durante las décadas de 1970 y 1980, estas asociaciones trataron de aumentar su membresía, pero la mayoría de los productores de aguacate se negaron a afiliarse a aquéllas aduciendo falta de confianza en la capacidad de dichas asociaciones para mejorar su situación económica (Gallardo, 1988). Para la década de 1980, los productores medianos y grandes recurrieron a otras formas de asociación más flexibles en cuanto a número de asociados y operaciones financieras. Las nuevas organizaciones mermaron aún más la influencia de las asociaciones agrícolas locales de la industria del aguacate. La mayoría de los integrantes de estas nuevas formas de organización fueron productores medianos y grandes, inversionistas locales y propietarios de empacadoras (Paz Vega, 1988). A pesar de esos intentos por organizar a los productores de aguacate de Michoacán, según algunos funcionarios locales, en 1987 solamente 30% de un total estimado de 5 000 productores estaban registrados en alguna organización. Asimismo, se reconoció públicamente que las organizaciones de productores locales carecían de fuerza y la mayoría existían únicamente en el papel. Ninguna de esas tentativas por integrar a los productores de aguacate locales logró resolver las diferencias entre los grandes productores que apoyaban los esfuerzos organizacionales y los pequeños productores que luchaban por abrirse paso de modo independiente en los mercados regionales. Para los pequeños productores, la década de 1980 fue un periodo de abandono por parte del gobierno federal, que los dejó a un lado mientras intentaban consolidar sus actividades comerciales en pequeña escala a pesar de que constituían la gran mayoría de los productores de aguacate. Según se estima, representaban 95% de los productores de aguacate de la región de Uruapan, aunque controlaban menos de 25% de las huertas (Mendoza Arroyo, 1998).

Los productores más poderosos de Michoacán acudieron al gobierno estatal y argumentaron a favor de la creación de una unión regional de carácter obligatorio. Con la nueva ley se proponía ampliar la jurisdicción legal de la URAP y solicitar al estado el cobro obligatorio de cuotas a todos los productores de aguacate por medio de la Oficina Recaudadora de la Tesorería del Estado, mismas que serían entregadas posteriormente a la organización regional; una propuesta idéntica a la de la industria del aguacate de California. Los fondos recaudados se usarían para crear organizaciones au-

² Se basaron en la Ley de Asociaciones Agrícolas de 1932 que agrupaban a productores de un solo cultivo y en un mismo municipio.

tónomas, realizar investigaciones y desarrollar mercados (fuente anónima, 1987). Esto creó nuevos desacuerdos, pues el gobierno de Michoacán resolvió que sólo se entregaría a los productores de aguacate un porcentaje de lo recaudado; y los productores ajenos a las organizaciones establecidas no estuvieron de acuerdo en que la Unión Regional administrara las cuotas. (Gallardo, 1987). Además, los dirigentes de la organización de productores de aguacate rechazaron el control estatal de las cuotas, aduciendo que la industria de aguacate necesitaba una unión regional autónoma y económicamente independiente, comparable a la de California (Paz Vega, 1987). Dado este *impasse*, los productores de aguacate comerciales de Michoacán jamás lograron ni la autonomía financiera, ni la regulación organizacional que lograron sus colegas californianos.

EL VÍNCULO ENTRE LAS INDUSTRIAS DE AGUACATE DE CALIFORNIA Y DE MICHOACÁN

En la década de 1970, la industria de aguacate de California vivió otra saturación del mercado comparable con la sobreproducción y las caídas de precio que socavaron el control del mercado, por parte de Calavo, durante la década de 1950. Aunque logró retener 40% del mercado interno de Estados Unidos, le fue imposible seguir controlando la totalidad del mercado estadounidense. En su lugar, Calavo puso su mirada en el exterior y en la creciente producción de aguacate comercial en Michoacán, señalando que México no tardaría en buscar su ingreso al mercado europeo, y posiblemente también al de Estados Unidos. A principios de la década de 1980, Calavo enviaba más de 35% del producto de la cooperativa fuera de California en un esfuerzo por abrir otros mercados. En ese mismo periodo, Calavo recortó sus operaciones y se deshizo de algunas de sus emparadoras estadounidenses más chicas, al mismo tiempo que expandió sus operaciones e inversiones comerciales para procesar el aguacate mexicano. La cooperativa amplió sus ventas de aguacate de exportación a Europa y a Canadá, con aguacates con la marca Calavo, provenientes de Estados Unidos, México, Chile y Nueva Zelanda. A fines de la década de 1990, Calavo había pasado de ser una cooperativa de productores a una cooperativa de comercialización con énfasis en las ventas y las utilidades.

Al mismo tiempo, los productores comerciales de aguacate de Michoacán adoptaron la estrategia de Calavo en California. Aunque las décadas

de 1970 y 1980 se caracterizaron por varios intentos de darle a la agricultura regional una organización social duradera, para 1990 la mayoría de esas cooperativas, asociaciones y uniones de crédito ya se habían desintegrado. Pero a medida que las asociaciones se disolvían, algunas pequeñas empresas privadas, integradas a menudo por ex socios de aquellas, fueron adquiriendo sus instalaciones, vehículos y empacadoras. Al hablar sobre esta evolución histórica, los productores de aguacate entrevistados se refirieron al proceso como si fuera una genealogía familiar, vinculando a las diversas cooperativas con la siguiente generación de empresas privadas. En esas nuevas compañías, el núcleo constaba generalmente de una sola familia ampliada unida por lazos tanto sanguíneos como políticos. Las nuevas empresas constaban de un reducido grupo elitista de productores de aguacate, incluyendo a grandes productores que contaban con empacadoras propias. La mayoría de los productores de aguacate, en particular los ejidatarios y comuneros, no tenían acceso a estas nuevas compañías.

Las empresas “elitistas” empezaron a buscar la manera de exportar aguacates a Europa. Las primeras exportaciones ingresaron a Europa como embarques a consignación, lo que hablaba del escepticismo de los importadores europeos en cuanto al envío ultramarino y el arribo puntual de la fruta al mercado europeo. Las empresas que sobrevivieron a esa prueba aprendieron muchísimo sobre desarrollo de infraestructura, centros de empaque, servicios de transporte y las políticas y riesgos de las finanzas internacionales. A medida que sus exportaciones de aguacate fueron expandiéndose hacia Europa y Japón, estos empresarios michoacanos empezaron a poner sus ojos en el mercado estadounidense.

A mediados de la década de 1980, la relación de colaboración entre los productores de California y Michoacán ya se había vuelto tensa, pues a los primeros les preocupaba la posibilidad de que los productores michoacanos intentaran abrirse paso en el mercado de Estados Unidos. Por su parte, los productores de aguacate de Michoacán afirmaban que la prohibición fitosanitaria para el ingreso del aguacate mexicano no era otra cosa que una estrategia política de los productores californianos para defender su mercado interno (Paz Vega, 1987a). En este contexto se comenzó discretamente, a fines de los años 1980, el movimiento organizado por un grupo elitista de productores para crear la campaña fitosanitaria años antes de que los productores de California empezaran a detectarlo siquiera. En 1987, la URPA convocó a las primeras juntas dirigidas a organizar una campaña fi-

tosanitaria regional para librar a Michoacán de las plagas de insectos que impedían la exportación del aguacate mexicano al mercado de Estados Unidos. A principios de la década de 1990, productores de aguacate y líderes de organizaciones constituyeron las primeras Juntas Locales de Sanidad Vegetal (JLSV) en ocho de los principales distritos de producción de aguacate, mismas que empezaron a coordinarse con las autoridades estatales y federales para establecer los procedimientos de la campaña fitosanitaria (Dóddoli, 1991). En menos de un año, los técnicos agrícolas contratados por las JLSV habían inspeccionado 90% de la región productora de aguacate en Michoacán, completado el muestreo de plagas en siete distritos e iniciado una campaña de erradicación en cuatro distritos. Impresionados por esos avances, los funcionarios visitantes del USDA reconocieron la posibilidad de modificar el decreto de cuarentena; postura que sirvió de estímulo a los esfuerzos locales del grupo elitista de productores (Gutiérrez, 1991). A fines de 1994, los técnicos habían registrado cerca de 3 000 hectáreas en el directorio fitosanitario de la Sagar, empezado trabajos regionales para erradicar los problemas de plagas declaradas en cuarentena y logrado la aprobación tentativa de 560 hectáreas, por parte del USDA. Las inspecciones técnicas demostraron que en las huertas de aguacate no había ninguna de las plagas declaradas en cuarentena por Estados Unidos, específicamente el picudo del aguacate, y permitieron concluir que la variedad Hass era resistente a la mosquita de la fruta mexicana (García Guzmán, 1998). Esta campaña fue un ejemplo de coordinación entre diferentes grupos de grandes productores, en una escala nunca antes vista en la industria del aguacate.

En paralelo a la campaña fitosanitaria, los productores y empacadores “elitistas” ampliaron sus esfuerzos de cabildeo, creando la Comisión del Aguacate del Estado de Michoacán en 1994. El propósito de ésta fue negociar la apertura del mercado estadounidense, coordinar a las organizaciones de productores para buscar más mercados de exportación y coordinar a las organizaciones de productores para resolver problemas en común (Sierra Reyes, 1997). La Comisión montó una campaña publicitaria internacional mediante la publicación de editoriales en los periódicos de Estados Unidos, para disipar las preocupaciones de los productores de aguacate de California. Como consecuencia, USDA empezó a celebrar audiencias públicas en las regiones productoras de aguacate de Estados Unidos para discutir la posibilidad de abrir el mercado estadounidense a las exportaciones de aguacate mexicano. Los productores de California rebatieron con vehemencia las

estadísticas, alegando la persistencia de los problemas de plagas en las huertas de aguacate de Michoacán y cuestionaron la evidencia presentados por los productores mexicanos. A pesar de las protestas públicas por parte de los productores californianos, los productores y técnicos de Michoacán siguieron ganando la confianza de los representantes del USDA/APHIS (Animal and Plant Health Inspection Service) mediante la documentación técnica de las plagas de insectos y su erradicación en las huertas de aguacate. Los representantes mexicanos refutaron los ataques de los productores californianos como esfuerzos desesperados por mantener en pie las barreras comerciales e impedir que hubiera competencia en el mercado interno de Estados Unidos.

Al mismo tiempo que los productores de California presionaban a sus respectivos representantes políticos, México imponía las estructuras normativas necesarias para asegurar la aprobación del USDA. En 1996, el gobierno mexicano publicó la Norma Oficial Mexicana NOM-066-FITO-1995, que señalaba los requisitos fitosanitarios de la producción y comercialización de aguacate, tanto para los mercados internos como para los de exportación (García Guzmán, 1998). En ese documento, el gobierno federal expuso los requisitos específicos de control de plagas en las huertas, procedimientos para el transporte del fruto de las huertas a las empacadoras y requisitos fitosanitarios de las empacadoras; es decir, el gobierno federal impuso nuevos requisitos fitosanitarios a todas las etapas de la cadena de suministro del aguacate, desde la huerta hasta el mercado. Pero lo más importante fue que el gobierno declaró que todos los productores, incluyendo a los nacionales, debían cumplir esos requisitos fitosanitarios para obtener el certificado oficial necesario para venderle su aguacate a cualquier empacadora comercial. Es decir, con un solo documento, el gobierno mexicano les impuso la normatividad fitosanitaria del USDA a cerca de 12 000 productores de aguacate michoacanos en beneficio de los productores “elitistas” que podrían exportar sus aguacates al mercado estadounidense.

El 31 de enero de 1997, el USDA dio marcha atrás al fallo de 1914 y el Servicio de Inspección Sanitaria Animal y Vegetal (APHIS) aprobó el veredicto final, permitiendo así la importación del aguacate Hass michoacano a 19 estados del noroeste de la Unión Americana durante los meses de invierno, con la condición de que los productores cumplieran los requisitos fitosanitarios antes aludidos (USDA, 1997). Además, a todos los productores de aguacate de los distritos aprobados, incluyendo aquellos que sólo produ-

cían para el mercado interno, se les exigió que demostraran que sus huertas respectivas estaban libres de plagas declaradas en cuarentena. Las normas de importación del USDA exigían que los embarques de aguacate mexicano fueran etiquetados con calcomanías que permitieran identificar a cada empacadora y que fueran transportados en vehículos refrigerados y sellados al pasar por las aduanas estadounidenses designadas. A los productores de Michoacán se les exigió coordinarse con los inspectores de campo del USDA para vigilar que las huertas no tuvieran plagas de insectos, llevar a cabo los procedimientos de saneamiento de campo e inspeccionar las empacadoras. A las empacadoras registradas se les exigió modificar sus estructuras, circundar por completo sus instalaciones con malla de invernadero y construir puertas dobles para prevenir el ingreso de plagas de insectos declaradas en cuarentena (USDA, 1997).

A pesar de las normas estrictas los exportadores de Michoacán supieron que habían ganado su batalla contra los productores de California y que el USDA se había puesto de su lado al ignorar las protestas de sus productores connacionales. Sin embargo, esta oportunidad de exportación quedó abierta sólo para un pequeño grupo de productores y empacadores. En la primera temporada de exportación, únicamente 61 productores de los cuatro distritos se registraron para entrar al mercado estadounidense (Sagar, 1997). El gobierno mexicano exigió a este grupo de productores y empacadores la creación de una nueva organización, por medio de la cual los asociados pudieran cubrir los costos del cumplimiento de la normatividad fitosanitaria del USDA. A fines de 1997, los 51 integrantes de la nueva firma, Aguacateros de Michoacán México, S.A. de C.V. (Animex), controlaban 83% del volumen de aguacate exportado al mercado de Estados Unidos (Acosta García, 1998). En cuanto al discurso público, lo mismo en los informes de gobierno que en los periódicos, este pequeño grupo de productores elitistas habría de convertirse en “los productores de aguacate” de Michoacán, como si representaran al ramo en su totalidad. Las reiteradas menciones públicas a esos “productores de aguacate” hablaron de un cambio en las prioridades y políticas del gobierno. Ahora el mercado de exportación de Estados Unidos predominaba en la economía regional, de modo que las necesidades de los productores exportadores se convirtieron en el motor de reestructuración de la industria de aguacate regional.

El gobierno mexicano cumplió su promesa de facilitarles la exportación a los productores de aguacate que quedaron fuera del programa de

exportación a Estados Unidos, es decir, prácticamente a todos los productores de Michoacán. Durante 1997, los técnicos de las JLSV siguieron haciendo inspecciones por todo el estado, identificando las huertas donde la presencia de plagas de insectos declaradas en cuarentena impedía que los distritos respectivos participaran en el programa de exportación. No fue por casualidad que esas huertas estuvieran concentradas en lugares de poca altitud y en las comunidades más pobres.

Los esfuerzos de la organización dieron resultado y, en 2003, la USDA le abrió por completo el mercado estadounidense al aguacate michoacano. Durante los 10 años transcurridos a partir de que Michoacán ingresó al mercado de Estados Unidos, la producción de aguacate se expandió rápidamente en la entidad. Las oportunidades de mercado binacionales estimularon el establecimiento de nuevas huertas y empacadoras. En 2001, el USDA aprobó una expansión, autorizando así el embarque a 31 estados y ampliando a dos meses la entrada de aguacate al país. (*The Packer*, 2001). El 31 de enero de 2005 se autorizó la exportación de aguacate mexicano a 47 estados de la Unión Americana, excluyendo California, Florida y Hawái. Finalmente, en enero de 2007, el mercado estadounidense quedó totalmente abierto a la exportación de aguacate mexicano durante todo el año (Hirsch, 2004).

UN MERCADO INTEGRADO: LAS INDUSTRIAS DE AGUACATE DE CALIFORNIA Y MICHOCÁN

Los primeros años del siglo XXI marcaron la etapa final de la transformación fundamental del aguacate. A medida que Michoacán fue aumentando sus exportaciones de aguacate también fue dominando el mercado estadounidense. Entre 1999 y 2003, México aumentó rápidamente sus exportaciones de aguacate y llegó a cubrir de 20 a 25% de ese mercado en 2003.³ En Michoacán, esa expansión se vio reflejada en el aumento del volumen de exportación, de 6 031 toneladas en 1997-1998 a 113 937 toneladas en 2005-2006 (cuadro 1). En el ámbito regional, los efectos de la expansión han sido profundos. Durante la primera década del siglo XXI, el número de distritos aprobados para la exportación aumentó de cuatro a siete munici-

³ Del Monte vows to join avocado import leaders, *The Packer*, p. A1, 2 de agosto de 2004.

Cuadro 1. Expansión del programa de exportación de aguacate de Michoacán a Estados Unidos, 1997-2004

	1997- 1998	1998- 1999	1999- 2000	2000- 2001	2001- 2002	2002- 2003	2003- 2004	2004- 2005	2005- 2006
Distritos aprobados	4	4	4	5	5	7	7	7	7
Productores	59	201	388	578	715	1 033	1 385	2 193	3 232
Huertas	61	252	497	794	995	1 466	2 027	3 213	4 675
Superficie (ha)	1 499	4 285	6 757	9 861	11 896	16 430	21 597	28 902	37 423
Empacadoras	5	14	12	10	10	14	18	25	23
Volumen (ton)	6 031	9 768	11 729	10 221	24 477	29 912	42 607	112 576	113 937

Fuente: Sagarpa y Asociación de Productores Exportadores de Aguacate de Michoacán (APEAM).

prios de Michoacán. Pese a que sólo 59 productores de aguacate lograron exportar su producto al mercado de Estados Unidos durante el primer periodo, para 2005-2006 la cifra había aumentado a 3 232 productores, propietarios de 37 423 hectáreas aprobadas (cuadro 1). Desde el punto de vista de los exportadores de aguacate de Michoacán y del gobierno mexicano, el aumento de las exportaciones de aguacate ha sido una historia de éxito económico. No obstante, y a pesar del acelerado crecimiento de la exportación de aguacate, esos 3 232 productores representan poco más o menos 25% de los 13 357 productores de aguacate de Michoacán. Es decir, luego de 10 años de estar exportando aguacates a Estados Unidos, 75% de los productores de aguacate del estado aún están fuera del mercado de exportación.

En el ámbito internacional, la industria del aguacate ha surgido como lo que los expertos en comercio internacional llamarían “un mercado integrado”, es decir, uno en el que ya no es posible distinguir entre los distintos países proveedores. Este mercado integrado se ha caracterizado por producir cambios específicos en orientación comercial, globalización de proveedores, reorganización de firmas y formación de alianzas internacionales, lo que se ha traducido en una profunda reestructuración de las condiciones de mercado que encaran, por igual, los productores de aguacate de California y los de Michoacán. A su vez, esos cambios generales han sido causa de transformaciones locales que alteran las condiciones sociales, políticas y económicas de ambas regiones. Hoy, gracias a esa integración más completa, los productores de aguacate de California y Michoacán comparten retos en común que van más allá de las fronteras nacionales.

REESTRUCTURACIÓN MACROECONÓMICA

Orientación del mercado de menudeo. Históricamente, el aguacate fue una fruta de lujo en el mercado estadounidense, pero los expertos en comercialización lograron que el aguacate se venda para el consumo cotidiano. En Estados Unidos, el consumo de aguacate aumentó de manera impresionante, de un total estimado de 4 500-5 400 toneladas en 1995, a 38 000 toneladas en la temporada 2004-2005.⁴ Hoy es posible comprar aguacates de calidad uniforme todo el año. Durante ese periodo, y gracias a la promoción comercial, el consumo de aguacate en Estados Unidos registró un aumento de 15% anual a partir de 2002, de modo que para 2004 el consumo promedio se había elevado a 1.3 kg.⁵

Al cambiar su enfoque de la producción a la comercialización, las grandes comercializadoras han dado mayor prioridad a factores como satisfacer las necesidades del vendedor en pequeño, garantizar la calidad, asegurar un suministro continuo y reducir la volatilidad en la disponibilidad del producto. Los importadores estadounidenses han logrado hacer los “ajustes” necesarios a medida que el mercado estadounidense del aguacate responde a las fluctuaciones en las cosechas de las diversas regiones, tanto nacionales como internacionales, y a los correspondientes altibajos en las importaciones. Los expertos de la industria han recomendado que los productores de aguacate de Michoacán mantengan una exportación uniforme durante todo el año, de modo que su temporada de producción mínima, que ocurre durante los meses del verano, coincida con la máxima producción de California. Lograr un equilibrio entre la oferta y la demanda requiere comunicación y colaboración entre las diversas compañías importadoras y exportadoras.

Abasto global y penetración corporativa. En respuesta a la integración fluida de la industria del aguacate internacional, surgió una reducida élite de corporaciones que controla el abasto de aguacate que ingresa al mercado estadounidense. Ese grupo es controlado por empresas chilenas y estadounidenses, es decir, compañías transnacionales, ante las que las empresas mexicanas no tienen gran influencia. En apego a la lógica del mercado inte-

⁴ US movement inches toward billion lbs., *The Packer*, p. C1, 22 de agosto de 2005.

⁵ Avocado demand rises, drawing more imports, *The Packer*, p. A32, 23 de octubre de 2006.

grado, las compañías importadoras les compran cada vez más aguacate a otros países productores, no sólo a México. Al firmar contratos y crear intereses en muchas regiones productoras, las compañías comercializadoras logran abastecer de aguacate el mercado estadounidense durante todo el año. Anticipando esa tendencia del mercado internacional, la mayoría de las empresas estadounidenses empezaron a construir empacadoras en Michoacán años antes del levantamiento de la prohibición fitosanitaria. Mission Produce estableció su empacadora en Uruapan a principios de la década de 1990, y en 2003 había logrado acaparar cerca de 25% de las importaciones de aguacate mexicano para el mercado estadounidense. En 2004, Del Monte anunció sus planes de construcción de una nueva empacadora en Michoacán, aprovechando así sus operaciones de exportación establecidas en Chile.⁶ En 2004, West Pak, Inc. construyó una nueva empacadora en Uruapan, lo que le permitió mover 30% del volumen de exportación de aguacate de Michoacán y abastecer a sus cinco centros de distribución establecidos en Chicago, Nueva Jersey, Atlanta, Denver y Texas.⁷

La penetración de empresas transnacionales en el sector del aguacate de Michoacán ha mermado la autonomía regional de los productores de aguacate. Por un lado, las autoridades de la región reconocen que las compañías extranjeras han invertido dinero, les pagan de manera rápida y eficiente a los productores locales y expandieron las oportunidades comerciales de éstos. Pero al mismo tiempo lesionan a las empacadoras e industrias mexicanas al desplazarlas. A medida que la presencia de compañías extranjeras ha ido en aumento en Michoacán, aquéllas han ido tomando el control de la exportación del aguacate mexicano al mercado estadounidense. En general, las estadísticas oficiales subestiman el control del mercado ejercido por las empresas extranjeras. En 2006, los registros de la Sagarpa indicaron que el grupo integrado por Calavo, Mission, West Pak, Aztecavo, Global Fruit, Chiquita y Del Monte controlaba alrededor de 55% del aguacate exportado hacia el mercado de Estados Unidos.⁸ En el ramo de la in-

⁶ Del Monte, Inc. estuvo en manos de inversionistas mexicanos de 1991 a 1996, pero fue puesta en venta debido a problemas financieros. La adquisición de una empacadora mexicana representó el reingreso de la compañía al mercado mexicano. Del Monte vows to join avocado import leaders, *The Packer*, p. A1, 2 de agosto de 2004.

⁷ West Pak completes new facility, *The Packer*, p. C6, 20 de septiembre de 2004.

⁸ Estadísticas de Sagarpa, citadas en Echánove Huacuja, Flavia, 2008. Abriendo fronteras: el auge exportador del aguacate mexicano a Estados Unidos. *Anales de Geografía*, 28 (1): 9-28.

dustria, los productores locales distinguen entre las emparadoras que exportan directamente a Estados Unidos bajo su propia marca y las que maquilan la fruta, es decir, que la venden a compañías importadoras estadounidenses que luego la exportan después de ponerle su marca. Según varias autoridades, en 2005 las compañías transnacionales, entre ellas Calavo, Mission, West Pak y Del Monte, controlaban 85% de las exportaciones de aguacate al mercado internacional.⁹ Sin embargo, puesto que registran sus exportaciones de aguacate como transacciones mexicanas, los censos de exportación sugieren que tales exportaciones están en manos de empresas nacionales.

Aumento de empresas privadas. En el ámbito productivo, la transformación del mercado también se ha caracterizado por reestructurar las organizaciones de productores. En California, las bases de esa transformación fueron construidas mucho antes. Al llegar la década de 1990, muchas cooperativas de la industria del aguacate se habían convertido ya en empresas con fines de lucro.¹⁰ La transformación de Calavo fue la más importante de ellas, pues esa cooperativa de productores había dominado la industria del aguacate de California desde su creación en 1926. Cuando era una cooperativa sin fines de lucro, Calavo estaba legalmente obligada a entregar el producto de sus ventas a los productores, lo que mermaba su capacidad para competir con otras empresas aguacateras que sí tenían fines de lucro. En 2000, cuando sus ventas alcanzaron 225 millones de dólares, más de 50% de los ingresos de Calavo procedieron de ventas realizadas a nombre de productores no asociados, lo cual infringía los estatutos estadounidenses de regulación de cooperativas, según los cuales las operaciones comerciales de los asociados deben ser superiores a las de los no asociados. En 2001, Calavo solicitó ante la Comisión de Seguridad e Intercambio de Estados Unidos (US Security and Exchange Commission) el cambio de su situación legal para dejar de ser una cooperativa y constituirse como una corporación lucrativa; ese cambio puso fin a sus 75 años de ser la cooperativa de productores de aguacate número uno del país.¹¹ Con sus nuevas adquisiciones comerciales, Calavo se posicionó como una empresa global dedicada a in-

⁹ Entrevista con Rito Mendoza Medina, presidente del Consejo Nacional de Productores de Aguacate (CNPA).

¹⁰ Index Fresh grows in 2004, *The Packer*, p. C5, 24 de enero de, 2005.

¹¹ Calavo files to gain status of for-profit corporation, *The Packer*, p. A3, 21 de mayo de 2001.

troducir al mercado estadounidense el aguacate fresco y procesado proveniente de una amplia gama de regiones productoras. De ese modo, para Calavo, el aumento de las importaciones de aguacate mexicano significó una fuente de abasto más confiable. Esas estrategias, que entraron en juego durante los años inmediatos a la transformación de la cooperativa, consolidaron su transformación en una “compañía de orden global orientada al cliente”, según las palabras de su vicepresidente.¹²

En Michoacán, la transformación de las cooperativas de productores en empresas con fines de lucro tuvo lugar en la década de 1980, como ya se explicó. Para 1990, la mayoría de las cooperativas, asociaciones y uniones de crédito ya se habían desbandado. Pero a medida que se desintegraban, algunas pequeñas empresas privadas, constituidas a menudo por ex socios de aquéllas, fueron adquiriendo sus instalaciones, vehículos y empacadoras. Los productores y empacadores de aguacate comerciales argumentaron que las compañías con fines de lucro tenían mayor flexibilidad en cuanto a operaciones financieras y acceso a créditos. Dentro de esas firmas, el consejo directivo solía estar integrado por una sola familia ampliada. En otras palabras, las nuevas empresas constaban de pequeños grupos de productores elitistas de aguacate entre ellas los grandes productores comerciales que contaban con empacadoras propias. Como ya se explicó, esas mismas empresas fueron las que organizaron la campaña fitosanitaria estatal y negociaron el ingreso de Michoacán al mercado estadounidense. A diferencia de las primeras cooperativas de productores de California, como Index Fresh y Calavo, las cooperativas de productores michoacanos jamás evolucionaron hasta convertirse en compañías transnacionales de gran escala. En su lugar, han emergido como pequeñas compañías de exportación y empacadoras privadas con sede en Uruapan, cuyas ganancias proceden del empaque y la exportación de fruta bajo la marca de otras transnacionales.

Alianzas multinacionales. El periodo reciente se ha caracterizado por el surgimiento de nuevas relaciones multinacionales y formas de cooperación económica. Si bien los productores de California protestaron vehementemente contra el ingreso de México al mercado de Estados Unidos y, en 2002, la Comisión del Aguacate de California (CAC) interpuso una demanda legal en contra del USDA en la cual se afirmaba que las huertas de aguacate

¹² Calavo, Maui to operate under single banner, *The Packer*, p. C8, 20 de septiembre de 2004.

mexicanas estaban infestadas de plagas de insectos;¹³ detrás de las protestas públicas estaban surgiendo nuevas alianzas. En 2001, la Ley de Promoción e Información del Aguacate Hass de Estados Unidos (Hass Avocado Promotion and Information Act) estableció la orden de promoción federal de ese producto. Según el plan, todas las compañías que importaran aguacate a Estados Unidos debían pagar por una evaluación correspondiente a 2.5 centavos de dólar/libra (5.5 centavos de dólar/kg) de aguacate.¹⁴ El Consejo se encarga de supervisar la comercialización del producto procedente de California y de cuatro países exportadores de aguacate: México, Chile, Nueva Zelanda y la República Dominicana.

Sus objetivos son llevar a cabo un programa coordinado para el desarrollo, mantenimiento y expansión de mercados para el aguacate Hass, tanto el que se produce internamente como el que se exporta a Estados Unidos. Según algunos estimados, alrededor de 6 000 productores de aguacate nacionales y 200 empresas importadoras participaron originalmente en el consejo de comercialización internacional.¹⁵ Aunque todas las partes involucradas reconocieron la necesidad de crear un consejo internacional de comercialización del aguacate, el cumplimiento del mandato no ha sido sencillo. Los productores e importadores de aguacate de México, Chile y Nueva Zelanda, lo mismo que los productores de California, tienen expectativas discrepantes en cuanto al propósito del mandato e ideas diferentes en cuanto al destino del dinero recaudado.¹⁶

También hay una creciente alianza entre los grandes exportadores de Michoacán y las compañías importadoras estadounidenses a fin de realizar promociones comerciales. Una vez que se permitió el ingreso del aguacate mexicano a 31 estados de la Unión Americana, la Asociación de Productores y Empacadores Exportadores de Aguacate de Michoacán (APEAM) encabezó las primeras promociones comerciales. Al reflexionar sobre este cambio en las relaciones, Rodolfo Magaña, director de Promociones y Relaciones Comerciales de la APEAM, recuerda: “Estamos listos para trabajar con los productores de California. No queremos ni pelear ni dañar a nadie del

¹³ Commission sues to stop expansion of avocado imports from Mexico. *The Packer*, p. A3, 14 de enero de 2002.

¹⁴ Federal order may lift sales, *The Packer*, p. D6, 5 de marzo de 2001.

¹⁵ Assessment flowing into new Hass order, *The Packer*, pp. D1 y D2, 27 de enero de 2003.

¹⁶ Waiting for price merge, shippers hold back sending avocados, *The Packer*, pp. C1 y C2, 15 de noviembre de 2004.

ramo. Esperamos que en algún momento podamos colaborar para desarrollar juntos el mercado.¹⁷

Quienes no lograron “colarse” —en palabras de los expertos de la industria— se quejaron durante las entrevistas de que sus compañías y los productores habían perdido clientes para el aguacate mexicano durante los meses de invierno. Al mismo tiempo, otros expertos consideraron que en 2002, 90% de las emparadoras de aguacate californianas estaban comercializando el aguacate nacional e importando el producto mexicano, lo que les permitía posicionarse para controlar las importaciones mexicanas.¹⁸

TRANSFORMACIONES EN EL ÁMBITO LOCAL

El papel ambivalente del Estado. Al responder a esos cambios en la industria de aguacate, los organismos gubernamentales y las asociaciones de productores se vieron en una situación difícil: se presentaban como defensores de los productores de aguacate pero, al mismo tiempo, tenían que exigirles a éstos la adopción de nuevas metodologías más flexibles para ajustarse a las necesidades de un mercado internacional.

En 2000, un grupo de exportadores impulsó la creación de una nueva organización, la Comisión Michoacana del Aguacate (Coma), integrada por 30 asociaciones de productores y 270 emparadoras. La Coma se propuso como objetivo organizar la cadena productiva y promover una cultura de trabajo colectivo entre las organizaciones de productores, con el fin de optimizar sus utilidades (Viveros Flores, 2000). Mas a pesar de su presentación pública, el Consejo Directivo de la Coma está bajo el control de la misma élite de exportadores antes referida.

No obstante, dentro de la industria de aguacate en general, el aumento de las exportaciones se tradujo en bonanza económica para el estado de Michoacán. Según los expertos locales, las emparadoras tenían que trabajar varios turnos para satisfacer el mercado de aguacate de Estados Unidos; los propietarios de emparadoras contratan más obreros, aumentando la nómina e invirtiendo en equipos complejos de clasificación y empaque. De 60 productores de aguacate de exportación certificados en la primera tempo-

¹⁷ Mexican avocado deal begins with good quality, *The Packer*, pp. B1 y B2, 21 de octubre de 2002.

¹⁸ Growers seek legal remedy to the Mexico question, *The Packer*, p. D3, 4 de marzo de 2002.

rada de exportación, en 1997-1998, Michoacán cuenta ahora con 2 500 productores de aguacate autorizados para exportar al mercado estadounidense. En la primera temporada (1997-1998) existían 12 empacadoras certificadas por el USDA; esa cifra se había elevado a 23 empacadoras en 2005. Según se estima, la industria aguacatera inyecta alrededor de 400 millones de dólares en la economía local, lo que representa un aumento de 50% respecto al momento en que el mercado de aguacate de Estados Unidos se abrió por primera vez en 1998. Algunos funcionarios regionales calculan que los salarios de campo en las huertas y las empacadoras han aumentado entre 25 y 50% en dos años, lo que está atrayendo trabajadores de otras regiones hacia Michoacán. La industria del aguacate de Michoacán también ha sentido la “bonanza”. En las palabras del propietario de una empacadora: “Uno podía verlo en los centros comerciales, en que había más coches en las calles, en la construcción de más casas...” (Kraul, 2005).

Al mismo tiempo, los productores y empacadores de exportación reconocen que la bonanza es el resultado de muchos años de intenso trabajo y difíciles negociaciones, para lo cual fue necesaria una vigilancia constante y una nueva actitud hacia la expansión del mercado. Eso se aprecia en las declaraciones del presidente de la APEAM: “El mercado ha estado mucho mejor de lo que pensábamos, pero hemos invertido mucho tiempo y dinero en lograrlo. El mercado de Estados Unidos debe seguir ampliándose, pero tenemos la mira puesta en un nuevo mercado: China...” (Kraul, 2005).

A medida que la industria del aguacate cambió su producción para dirigirla al mercado de exportación de Estados Unidos, los organismos gubernamentales empezaron a exigir mayor normalización en la calidad del producto y una organización más completa de los productores de aguacate. Los nuevos programas pusieron de manifiesto que el gobierno había reevaluado su papel en la agricultura comercial y estaba tratando de reinsertarse en el campo a pesar de la política nacional de privatización. Las respuestas de los productores a los programas gubernamentales reflejan su acceso al mercado de exportación de Estados Unidos. Los productores de aguacate comerciales inscritos en el programa de exportación a Estados Unidos supieron reconocer que las nuevas normas de calidad eran prueba de que el gobierno estaba esforzándose por ampliar el mercado del aguacate y crear más oportunidades de exportación. Al contrario, los pequeños productores de aguacate consideraron que la regulación y los requisitos señalados por el gobierno eran intentos de obligarlos a cumplir normas que sólo permitirían

a los productores más adinerados exportar su producto a Estados Unidos, pero sin ningún beneficio económico aparente para aquéllos.

Así, el gobierno estatal se vio en la incómoda posición de pretender que defiende a sus productores de aguacate, al mismo tiempo que fingía no ver que los empresarios regionales les daban la espalda para unirse a las firmas transnacionales. En vista de la actual crisis económica en México, Michoacán se ha beneficiado con la reciente bonanza debida al aguacate, pues el aumento de huertas del fruto, empacadoras y competencia ha significado mayor demanda de mano de obra. A su vez, el incremento en la demanda de mano de obra ha significado empleo en las empacadoras y en las cuadrillas de cosechadores, tanto para los michoacanos como para la gente procedente de otros estados.

De productor a empresario internacional. Durante los primeros años de exportación, los expertos de la industria de aguacate de Estados Unidos criticaron la “nostalgia” de los productores mexicanos por el buen precio del aguacate, haciendo notar que los mexicanos perdían muchas oportunidades de negocios al ignorar que era más importante mover grandes volúmenes de aguacate a bajo precio, que insistir en el precio unitario y los bajos volúmenes.¹⁹ Cada vez que los productores de aguacate de exportación de Michoacán retenían su producto frente al mercado estadounidense en un intento por alterar su precio en el mercado, los expertos de la industria repetían la advertencia de que los “mexicanos” necesitan darse cuenta de que este es un mercado distinto y una época diferente.²⁰ Además, ese cambio en la índole del mercado hacía necesario que los exportadores michoacanos tuvieran un cambio de mentalidad —i.e., de cultura— para dejar atrás el punto de vista tradicional del productor, que consistía en buscar mejores precios unitarios, y sustituirlo por la estrategia comercial de un intermediario, es decir, mover grandes volúmenes a bajos precios y lograr utilidades netas mediante las economías de escala.

Esa transición del productor de aguacate a empresario internacional se ha caracterizado por la creciente presencia binacional de productores e importadores en los consejos directivos de las empresas de importación. En 2003, un productor veterano de aguacate y defensor de los intereses

¹⁹ Chilean avocados torpedo US f.o.b.s., *The Packer*, pp. B1 y B4, 9 de diciembre de 2002.

²⁰ Chile’s avocado production could go up 25%, *The Packer*, pp. B1 y B2, 18 de octubre de 2004.

de California fue nombrado primer presidente de la recién constituida Asociación de Importadores de Aguacate de Chile (CAIA). En 2006, el vicepresidente de operaciones internacionales de Mission Produce fue nombrado secretario de la Asociación Mexicana de Importadores de Aguacate Hass (Mexican Hass Avocado Importers Association, MHAIA).²¹ En otro caso, un ex representante de Calavo, hoy presidente de su propia compañía de importación, es miembro del Consejo del Aguacate Hass (Hass Avocado Board), miembro de la CAC y suplente en el consejo directivo de la MHAIA.²²

En 2005, los expertos afirmaron que los exportadores de Michoacán habían madurado, movilizándose para ajustar su volumen de exportación a las condiciones del mercado. El abasto complementario procedente de otros países productores ha abierto y ampliado los canales de distribución, haciendo necesario que los exportadores colaboren estrechamente con los importadores para evitar saturaciones del mercado y caídas de precios. Según el comentario de un importador: “Ha sido una temporada excelente, y felicito a los productores mexicanos por su moderación y por haberse asegurado de estar en equilibrio con lo que Chile y California estaban haciendo”.²³

Este equilibrio entre la oferta y la demanda requiere que los exportadores michoacanos cambien su manera de ver el mercado de Estados Unidos, pues deben satisfacer las necesidades de los importadores estadounidenses por encima de las exigencias de sus productores. A todas luces, los mayores exportadores ya habían hecho esa transición en 2005.

Los productores de California también han tenido que batallar en la transición hacia la integración del mercado. Antes veían el ingreso de Michoacán al mercado estadounidense como otra amenaza para “su” mercado. En 2004, durante esa misma saturación del mercado, muchos productores californianos estuvieron a favor de sujetarse a los mismos límites y restricciones de mercado que sus colegas de Michoacán. Los expertos recomendaron un cambio de estrategia, lo cual nos habla de la transformación fundamental del mercado estadounidense. En su carácter de representante de los productores de aguacate de California, el director de relaciones in-

²¹ Mexican supply becomes important to US market, *The Packer*, p. C6, 23 de enero de 2006.

²² Market driven, *The Packer*, p. A1, 10 de abril de 2006.

²³ Mexico added to year round mix in the US, *The Packer*, pp. C1 y C2, 22 de agosto de 2005.

dustriales de la CAC afirmó que los productores californianos debían producir más y poner más aguacate en el mercado de Estados Unidos para competir directamente con el volumen importado de Chile y México. Los expertos lo refutaron al decir que los productores de aguacate de California necesitaban aumentar su productividad y reducir sus expectativas comerciales, si es que querían sobrevivir al ingreso circumanual del aguacate michoacano, haciendo notar que 2004 sería la primera ocasión en que California producía menos de 50% del abasto de aguacate para Estados Unidos.²⁴ En febrero de 2007, el presidente de la CAC se refirió a la temporada aguacatera anterior como una experiencia “fortalecedora del carácter” para los productores afiliados a ésta, instándolos a “conocer más a fondo el mercado”, si querían sobrevivir a la transformación. En fechas recientes, el defensor de los productores de aguacate de California informó a éstos que, dadas las condiciones del mercado internacional, debían asumir la responsabilidad de mantenerse en la cima del mercado y reconocer lo que otros países exportadores de aguacate estaban haciendo en el mercado.²⁵

CONCLUSIONES

Ha surgido un marcado contraste entre estos empresarios globales emergentes y los productores, tanto mexicanos como californianos, que insisten en defender una postura binacional. Según un empresario de California, ahora la industria de aguacate binacional de Michoacán y California está dividida en dos grupos: uno es el de los productores/empresarios que “ya lo entendieron”, de modo que comprenden que las utilidades del aguacate están en la comercialización, no en la producción; en el otro están los productores tradicionales, que “todavía no lo entienden ” e insisten en basar sus operaciones en la producción. En vez de luchar contra los competidores extranjeros por una parte del mercado, los visionarios productores/importadores de California y Michoacán se movieron ágilmente para aliarse con sus ex competidores y ofrecer el abasto de aguacate circumanual al mercado estadounidense. Por el contrario de otros ramos agrícolas estadounidenses en proceso de globalización, la industria de aguacate procuró

²⁴ Avocado imports may reduce prices, *The Packer*, pp. A1 y A2, 31 de enero de 2005.

²⁵ Avocado growers told to get involved, *The Packer*, p. A3, 5 de febrero de 2007.

borrar la diferencia entre el producto nacional y el importado en vez de acentuarla.

La estratificación de los empresarios u operadores de la industria del aguacate entre aquellos que son inversionistas comerciales y se dedican al mercado de exportación y los que no, está presente en ambas regiones: California y Michoacán. En el corazón de este mercado integrado se encuentran las compañías transnacionales, que controlan la importación del aguacate procedente de los países productores y la exportación hacia los países importadores. Sin embargo, esta industria globalizada tiene espacio económico suficiente para un segundo nivel, en el cual se ubican las emparadoras nacionales/binacionales de exportación, que suelen encargarse de empacar fruta para las transnacionales, y las empresas importadoras menores, que a menudo se encargan de empacar fruta importada y nacional. En Michoacán, el aumento en la producción con fines de exportación y en el número de productores, ha sido paralelo al incremento acelerado del número de emparadoras autorizadas para el mercado de exportación a Estados Unidos. En el ciclo 1997-1998, el número de emparadoras autorizadas para empacar aguacate destinado al mercado estadounidense era de sólo cinco; en el ciclo 2005-2006 ya existían 23 emparadoras. Mientras que en el ciclo 1997-1998 cada empaadora procesó en promedio 1 000 toneladas; en el ciclo 2005-2006, cada empaadora desplazó un promedio de 5 000 toneladas. En esas condiciones, aunque las empresas michoacanas dejaran de participar en la exportación directa del aguacate mexicano al mercado de Estados Unidos, tendrían utilidades comercializando la fruta exportada por medio de las compañías transnacionales.

En California, los productores se estratificaron entre aquellos que se habían vuelto accionistas de empresas de la industria del aguacate, es decir, que eran más inversionistas que productores, y aquellos que siguieron produciendo principalmente para el mercado interno. Las compañías emparadoras e importadoras de California supieron identificar a tiempo la transformación del mercado estadounidense y se movilizaron ágilmente, desde principios de 2000 hasta 2002, para incluir alrededor de 35% de aguacate importado en la mezcla que estuvieron comercializando en el mercado interno de Estados Unidos. Cuando la producción de aguacate disminuye en California, esas compañías importadoras están posicionadas de tal manera que continúan abasteciendo los nichos de mercado y sobreviven adoptando estrategias comparables a las de sus homólogas michoacanas.

En esta transformación de un producto agrícola en un producto comercial, la variedad Hass, es decir, el fruto en sí, adquiere mayor importancia que su lugar de origen. Al enfrentar las crecientes inquietudes del consumidor en cuanto a la seguridad de los alimentos, la industria agrícola estadounidense cabildó la aplicación de la legislación vigente en materia de país de origen, para obligar a los comercializadores a controlar e identificar los productos agrícolas extranjeros. Aunque el país de origen persiste como tema de controversia en la industria agrícola estadounidense, éste ha sido un problema relativamente irrelevante para la industria del aguacate. Pensando en voz alta sobre dicha controversia, un importador comentó:

“Ni siquiera estoy seguro de si la calcomanía dice “Chile” o no. Tendría que volver a verla. Pero eso te dará una idea de cuán importante lo considero. Quizá cuando empezamos a poner calcomanías en los productos agrícolas frescos el contenido de éstas haya tenido cierta importancia para los consumidores. Hoy, los consumidores simplemente la ignoran” (Linden, [s.f.]).

REFERENCIAS

- Acosta García, Moisés, 1998. Amimex, S.A. de C.V.: una empresa de productores, *El Aguacatero* 1 (2): febrero.
- Anónimo, 1979. Staff report: Market meeting successful, *Avocado Growers* 3 (1): 14-17.
- Anónimo, 1987. Noticias, *Fruticultura de Michoacán* 2 (1): 23, 24.
- Barrett, Carter, 1938. The pilgrimage to Atlixco, *California Avocado Association Yearbook* 23: 42-48.
- Doddoli Murguía, Guido, 1991. Situación y perspectivas de producción del aguacate en el estado de Michoacán, Memoria del seminario internacional del aguacate: postcosecha y comercialización, Ciudad de México, FIRA-Banco de México.
- Echánove Huacuja, Flavia, 2008. Abriendo fronteras: el auge exportador del aguacate mexicano a Estados Unidos, *Anales de Geografía* 28 (1): 9-28.
- Friedmann, Harriet, y Philip McMichael, 1989. Agriculture and the state system: the rise and decline of national agriculture, *Sociologia Ruralis* 19 (2): 93-117.
- Fritscher, Magda, y Cristina Steffen, 1991. La agricultura mexicana en la novena década: un destino incierto, en Universidad Autónoma Metropolitana, *Procesos rurales y urbanos en el México actual*, Mexico, UAM-Iztapalapa, pp. 95-116.

- Gallardo, Martín, *et al.* El origen de la producción de aguacate en el estado de Michoacán, *Fruticultura de Michoacán* **1** (12): 19-21.
- Gallardo, Martín, 1988. Frutinotas, *Fruticultura de Michoacán* **2** (17): 18.
- García Guzmán, Miguel, 1998. Norma Oficial Mexicana y cartilla fitosanitaria, *El Aguacatero* **1** (2).
- Gustafson, C.D., 1971-1972, Avocado growers' study mission no. 2 to Mexico-1970, *California Avocado Society Yearbook* **55**: 61-67.
- Gutiérrez, Sampiero, 1991. Perspectivas en la comercialización de aguacate dentro de la apertura comercial México-EUA. Memorias del seminario internacional del aguacate: postcosecha y comercialización, Ciudad de México, FIRA-Banco de México.
- Henry, Warren, 1962. The role of the independent packer in the avocado industry, *California Avocado Society Yearbook* **46**: 27-28.
- Hodgkin, George B., 1942. The avocado outlook, *California Avocado Society Yearbook* **27**: 110-112.
- Hirsch, Jerry, 2004. Mexican avocados to return despite state growers' fears, *Los Angeles Times*, 2 de diciembre.
- Kay, Cristóbal, 2000. Latin America's agrarian transformation: Peasantization and proletarianization, en D. Bryson, C. Kay y J. Mooij (eds.), *Disappearing Peasants? Rural Labor in Africa, Asia and Latin America* Londres, Intermediate Technology Publications, pp. 159-175.
- Kraul, Chris, 2005. Mexican avocado industry reaping fruits of trade deal, *Los Angeles Times*, 3 de octubre.
- Llambí, Luis, 1994. Comparative advantages and disadvantages in Latin American nontraditional fruit and vegetable exports, en Philip McMichael (comp.), *The Global Restructuring of Agro-Food Systems*, Ithaca, Cornell University Press, pp. 190-213.
- Linden, Tim [s.f.], Seamless promotions: Goal of avocado industry, *Fresh Digest*, <<http://www.fpf.org>>.
- Mather, Allen, 1962. Why farmers should cooperate, *California Avocado Society Yearbook* **44**: 29-32.
- Mendoza Arroyo, Juan, 1996. Estado, producción y comercio de aguacate en la región de Uruapan, 1960-1993, tesis de licenciatura, Departamento de Historia, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Morelia, Michoacán, p. 15.
- Mora Camacho, Gerardo, 1994. Desarrollo forestal y frutícola, su relación con el crecimiento poblacional urbano de Uruapan, Michoacán, en Rubén Quintero (ed.), *Fruticultura y floricultura: empresarial en el estado de Michoacán*, Morelia, Secretaría de Difusión Cultural-Editorial Universitaria, p. 199.
- Myers, Alan, 1977. CAAB gets credit for success, *Avocado Growers* **1** (6): 25-26.
- Ortega, Ana Elizabeth, 2002. Algunos aspectos del cultivo del aguacate en Uruapan, en José Napoleón Guzmán (ed.), *Uruapan: paraíso que guarda tesoros en-*

- terrados, acordes musicales y danzas de negros*, Uruapan, Mich., Instituto de Investigaciones Históricas, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo-Morevallado Editores, pp. 31-50.
- Paz Vega, Ramón, 1988. ¿UCAIM-Qué es hoy? ¿Qué será en el futuro?, *Fruticultura de Michoacán II* (17):21.
- Paz Vega, Ramón, 1987a. Mitos y realidades de la propuesta de la ley de asociaciones de productores del aguacate, *Fruticultura de Michoacán I* (1): 18.
- Paz Vega, Ramón, 1987b. Se fortalece y reestructura la Unión Regional de Productores de Aguacate de Michoacán, *Fruticultura de Michoacán 2* (8).
- Popenoe, Wilson, 1917. "Exploring Guatemala for desirable new avocados". *California Avocado Association Annual Report 3*: 103-138.
- Popenoe, Wilson, 1918-1919. The avocados of Mexico: A preliminary report, *California Avocado Association Annual Report 4*: 58-74.
- Popenoe, Wilson, 1936. Looking back, *California Avocado Association Yearbook 21*: 51-59.
- Sánchez Colín, Salvador *et al.*, 2002. Historia del aguacate en México, *Memorias 1998-2001*: 171-187.
- Sánchez Díaz, Gerardo, 2000. De cómo en Uruapan nació el mito del mejor café del mundo, en José Napoleón Guzmán (ed.), *Uruapan: tradición, disidencia y signos de modernidad*. Uruapan, Mich., Grupo Cultural Uruapan Visto por los Uruapenses-Instituto de Investigaciones Históricas, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, p. 48.
- Secretaría de Agricultura, y Desarrollo Rural (Sagar), 1998. Cumplimiento del plan de trabajo para la exportación de aguacate Hass de México a los Estados Unidos de Norteamérica, 1997-1998. Informe no publicado.
- Shamel, A.D., 1936. The parent Fuerte avocado tree, *California Avocado Association Yearbook 21*: 86-92 .
- Sierra Reyes, Arturo, 1997. Muy limitada exportación del aguacate mexicano a EUA: Enrique Bautista, Guía, 22 de junio: 26-27.
- Stanford, Lois, 2006. Los reyes del aguacate/The avocado kings: entrepreneurs and discourse in the evolution of a binational avocado industry, ponencia presentada a la sesión Traveling the Productive Spaces of Entrepreneurship, American Anthropological Association meetings, San José, California.
- Stanford, Lois, y Julie Hogeland, 2004. Designing organizations for a globalized world: Calavo's transition from cooperative to coporation, *American Journal of Agricultural Economics 86* (5): 1269-1972.
- The Packer*. Varios números: 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006 y 2007.
- Thille, A.J, 1940. Displaying and selling avocados in Eastern markets, *California Avocado Association Yearbook 25*: 53-54.
- Turu, Takashi, 1968. The aguacate in Mexico, *California Avocado Society Yearbook 52*: 169-172.

- Viveros Flores, Jorge, 2000. Comisión Michoacana del Aguacate, A.A., *El Aguacatero* **18**: 14.
- West, Robert C., 1948. *Cultural Geography of the Modern Tarascan Area*, Washington, Smithsonian Institution, Institute of Social Anthropology, pp. 33-44.
- United States Department of Agriculture (USDA), 1997. Avocado import guidelines, *Mexico*. Documento no publicado.
- USDA-Sagar, 1997. Work Plan for the Exportation of Hass Avocados from Mexico to the United States of America/Plan de Trabajo para la Exportación de Aguacate Hass de México a los Estados Unidos de Norteamérica. Informe no publicado, junio.

LA NUEVA NORMATIVIDAD AGRÍCOLA Y LA PARADOJA DE LA CALIDAD: UN ESTUDIO DE CASO DE MICHOACÁN

Amber McNair

La región central del estado de Michoacán nos ofrece una lente fascinante a través de la cual se puede ver la dicotomía en torno a la calidad. A partir de los años ochenta, cuando México comenzó la liberalización económica, el sector agrícola mexicano ha estado profundamente vinculado a los acelerados cambios en el sistema alimentario mundial. Con la transformación de la industria y comercialización de los alimentos y la inclusión de la agricultura en los tratados de libre comercio de la década de los años noventa, se alteró por completo el panorama de la producción. En Michoacán, los productores de aguacate enfrentan toda una gama de nuevas normas públicas y privadas, a las cuales deben ajustarse, con apoyo e incentivos del gobierno, si desean encontrar mercados para sus frutos. Si bien estos procesos son genéricos y tienen lugar en el ámbito mundial, tienen que entenderse en relación con nociones de calidad más amplias que se refieren al tejido social, económico y ecológico de su entorno inmediato. En este sentido, cualquier discusión sobre calidad, seguridad de los alimentos, sustentabilidad y bienestar de los productores debe relacionarse con la historia, la ecología y las relaciones sociales y económicas del lugar en que se ubican los cultivos.

La normatividad y los procesos de certificación de calidad para alimentos agropecuarios y de la propia agricultura son parte del nuevo marco regulatorio que ha surgido a partir de la transformación del régimen comercial global. Lo anterior ha producido nuevas reglas para el comercio de alimentos y otros productos agrícolas y ha contribuido a la concentración y transnacionalización de las comercializadoras de alimentos. Las normas de calidad permiten que las comercializadoras globales respondan a las demandas de los consumidores que exigen productos inocuos y sustentables; al mismo tiempo que la certificación, por parte de terceros, permite reducir los costos de las cadenas de suministro cada vez más largas y controlar la producción a distancia. Las redes alimentarias alternativas (*alternative food*

networks, AFN), que en otros tiempos fueron guardianes de los alimentos de calidad, están también redefiniendo la calidad para enfrentar los retos que les presenta, por ejemplo, la venta de alimentos orgánicos suministrados mundialmente por grandes comercializadoras. Esas redes también recurren a normas y sistemas de certificación que se basan en conceptos alternativos de calidad.

Este estudio de caso se refiere a la adopción de nuevas normas de calidad en una región de México inmersa en el cambiante sistema alimentario mundial y analiza de manera general las normas adoptadas en años recientes —todas las cuales se sustentan en la calidad. Este ejemplo nos permite hacer una observación empírica de la complejidad del entorno regulador actual del sistema alimentario, que depende en gran medida de las normas privadas, públicas e híbridas impuestas a la agricultura “de calidad”. En lo teórico, vincularemos este análisis con el concepto de la economía moral. Al igual que los estándares continuos propuestos para normar la agricultura de calidad, la economía moral referida a estándares de normatividad varía desde la estandarización y la homogeneización, así como a la apropiación de ecosistemas distantes, hasta conceptos referidos a la promoción de la diversidad y nociones de bienes públicos arraigadas en la sociedad, entre las cuales figuran el desarrollo económico y la conservación ecológica de la localidad.

REGULACIÓN DE LA AGRICULTURA DE CALIDAD

El panorama regulador actual referente a la alimentación y a la agricultura se ve muy diferente al de hace 10 años, cuando la regulación de ambas actividades recaía en los gobiernos nacionales. Hoy, la certificación de normas creadas por los grandes comercializadores minoristas de alimentos, corporaciones agroalimentarias y organizaciones no gubernamentales (ONG) se ha sumado a los gobiernos para regular las prácticas agrícolas. La creciente importancia de la regulación privada, así como la proliferación de normas de calidad y seguridad de los alimentos durante la década pasada, se debió a una confluencia de eventos que culminó a fines de la década de los noventa: tales como, la preocupación en torno a la seguridad de los alimentos, la reorganización de las cadenas de abasto transnacionales y los conflictos provocados por la normatividad pública internacional.

Los tratados de comercio liberales permitieron la expansión de las empresas agroalimentarias, incluyendo a las grandes comercializadoras al me-

nudeo —como los supermercados— entre las que la calidad se ha convertido en el factor clave para lograr una mayor ventaja competitiva.¹ Sin embargo, la corporativización de los alimentos de calidad, así como la presencia de movimientos alternativos durante el régimen industrial— ha propiciado el surgimiento creciente de acciones de oposición basadas en criterios de localidad y métodos de producción tradicionales, artesanales y ecológicos.

El surgimiento del movimiento ambientalista durante las décadas de 1960 y 1970 fue motivado principalmente por el libro *Primavera silenciosa* de Rachel Carson, que suscitó mayor conciencia acerca de los aditivos presentes en los alimentos, residuos de plaguicidas y biodiversidad. Las psicosis suscitadas en torno a la seguridad de los alimentos durante las décadas de 1980 y 1990, desde la enfermedad de las vacas locas hasta la liberación generalizada de organismos genéticamente modificados, acrecentaron la preocupación de los consumidores por la calidad y seguridad de los alimentos.

Dado los cambios en los regímenes de comercio internacional de alimentos y otros productos agrícolas, las corporaciones privadas tuvieron mayor capacidad para llenar parcialmente los huecos de regulación ocasionados por los estancamientos políticos en las instituciones intergubernamentales. Así, las corporaciones están creando sus propias normas, certificadas por terceros, en su afán por lograr una ventaja competitiva al responder a las inquietudes del consumidor causadas por las consecuencias del sistema alimentario industrial y las nuevas tecnologías (Campbell, 2005; Busch y Bain, 2004; Reardon *et al.*, 2001).

ALTERNATIVAS

A medida que los alimentos orgánicos, sustentables y de calidad se vuelven parte del consumo habitual y se transnacionalizan, los guardianes tradicionales de los métodos agrícolas sustentables responden. La evolución de este régimen alternativo ha suscitado respuestas imaginativas, sobre todo basados en el reclamo del espacio local y la reivindicación de las tradiciones

¹ Con respecto a los antecedentes de los cambios recientes en la regulación del sistema alimentario mundial, véase el capítulo 1 de este libro. También Friedmann, 1995; Friedmann y McNair, 2006.

heredadas. Los alimentos de origen local suelen ser considerados de mejor calidad. Son una manera de resistir a la industrialización, estandarización y uniformidad de aspecto y sabor, pues rescatan el valor de la variedad y la autenticidad, al mismo tiempo que fortalecen la conexión entre la alimentación y la cultura (Friedmann y McNair, 2008; Morgan *et al.*, 2006: 11-13; Pietrykowski, 2004).

Se considera que las AFN (redes alimentarias alternativas) también impulsan el desarrollo económico local, ya que pueden internalizar y retener el valor económico en las zonas rurales (Marsden *et al.*, 2000; Higgins *et al.*, 2008). Su éxito se debe en parte al arraigo social de las cadenas de abasto alternativas: las relaciones más estrechas entre productor y consumidor generan confianza y lealtad en este último. La agricultura a nivel de comunidades y los mercados de productores agrícolas representan un desafío para las cadenas de alimentos industrializadas y compiten con ellas (Sage, 2003). Las redes de productores y consumidores más cortas son congruentes con los principios de la sustentabilidad, pues reducen la emisión de gases de invernadero resultantes del transporte de alimentos a grandes distancias. Además, no son influenciadas ni por las redes alimentarias convencionales, ni por su uso de normas para abrirles mercado a sus productos (Higgins *et al.*, 2008; Friedmann y McNair, 2008).

COMPETENCIA BASADA EN LA CALIDAD

Una característica que define la competencia actual es que el precio ha dejado de ser el factor importante frente a la calidad; es decir, se ha pasado de una competencia basada en la venta de productos relativamente indiferenciados al precio más bajo posible, a otra basada en la calidad. En este capítulo me refiero a calidad de acuerdo con lo que Reardon *et al.* (2001: 424) denominan características de *credibilidad*. Éstas son cualidades que los consumidores no pueden reconocer simplemente al ver un producto, sino que tienen que consultar, por ejemplo, los métodos de procesamiento que le confieren ciertos atributos (p. ej., orgánico). Estas propiedades se conocen por la información que proporcionan las etiquetas de los productos o están asociadas a una marca comercial. Como consecuencia de las psicosis referentes a alimentos nocivos (particularmente en Europa), la conscientización sobre las consecuencias secundarias del régimen industrial (p. ej., contaminación de cauces naturales por escurrimiento de plaguicidas) y las nuevas

tecnologías de producción (ingeniería genética); así como del surgimiento del ambientalismo y los movimientos de justicia social a favor de un comercio más justo y condiciones de trabajo dignas, muchos consumidores (en especial los de clase media y alta de los países más desarrollados) buscan productos que responden a esas inquietudes. Los comercializadores compiten entre sí mediante la creación de sus propias marcas y mediante la subcontratación del cultivo de productos frescos para satisfacer (y crear) nuevos hábitos de consumo. Como parte de esa competencia, los comercializadores intentan reducir parcialmente sus costos mediante la reestructuración de sus cadenas de abasto.

EL PAPEL DE LA NORMATIVIDAD EN LAS CADENAS DE SUMINISTRO TRANSNACIONALES

Las normas unifican los productos de todas las culturas, geografías y costumbres humanas (Tanaka y Busch, 2003: 30, 32). Además, tienen un papel un tanto paradójico en las cadenas de abasto transnacionales. Sirven para estandarizar y homogeneizar, pero también para diferenciar. Desde que empezó la producción en masa de bienes de consumo y los mercados se expandieron abarcando mayores distancias, las normas facilitaron el comercio al volver los productos y a los trabajadores relativamente uniformes (Busch, 2000: 277-278). Cuando las cadenas de tiendas de comestibles de la Unión Europea (UE) adquieren aguacates por medio de productores certificados por GlobalGAP² saben que siempre recibirán más o menos el mismo producto, independientemente de su país de origen (véase el capítulo 4 de este libro).

Pero ahora, las normas de calidad también se usan para diferenciar. Los aguacates que se adquieren por conducto de los productores certificados por GlobalGAP/MCS³ son uniformes entre sí en todos los atributos de calidad que ostentan: las comercializadoras pueden asegurar que fueron cultivados mediante métodos sustentables que cumplen con ciertas normas laborales. No obstante, estos frutos se diferencian de los aguacates

² Euro Retailer Producer Working Group (EUREP) es un consorcio integrado por las principales comercializadoras de Europa. Este grupo se constituyó en 1997 con el fin de crear normas sustentables que les facilitaran la adquisición de insumos en el mercado global.

³ MCS-México Calidad Suprema, véase la página 156.

ordinarios que no poseen esas características de credibilidad o tienen otras diferentes.

La creciente importancia de las normas privadas tiene dos orígenes. El primero es la incapacidad que las normas públicas han tenido hasta la fecha para mantenerse al día con el comercio transnacional de alimentos y otros productos agrícolas. (Hatanaka y Busch, 2008: 76). Las reformas neoliberales ocasionaron reducciones y retrocesos, al mismo tiempo que el aumento del comercio de alimentos y otros productos agrícolas dificultó la regulación de los alimentos que se vendían dentro de cada país. Además, la velocidad con que los productos se están diferenciando dificulta aún más la capacidad de los organismos reguladores gubernamentales: “La menguante capacidad del sector público para regular el comercio ha significado una oportunidad para que el sector privado reorganice algunos aspectos del mercado para ajustarlos mejor a sus necesidades”. Por lo tanto, los gobiernos promueven la certificación por terceros (*third party certification*, TPC) como una manera efectiva de regular la agricultura (Hatanaka y Busch, 2008: 74; Campbell, 2005). Además, en las regiones en vías de desarrollo donde no existen normas públicas o el cumplimiento de éstas no puede ser vigilado, se recurre cada vez más a las normas privadas.

El segundo origen se relaciona con la necesidad de controlar ciertas actividades a medida que las cadenas de abasto profundizan su transnacionalización. La estandarización de productos y procesos facilita el control a distancia (Konefal *et al.*, 2005: 295). Las normas coordinan las cadenas de abasto al estandarizar los requisitos del producto que procede de varios proveedores, lo que aumenta la eficiencia y abate los costos de transacción: “Las cadenas regionales y mundiales de supermercados, por ejemplo, tratan de reducir sus costos mediante la estandarización a nivel de países y proveedores. . . , lo cual induce a la convergencia con las normas de su mercado más difícil, sobre todo Estados Unidos y la Unión Europea (Henson y Reardon, 2005: 247).

CERTIFICACIÓN POR TERCEROS

Hasta hace poco, eran los funcionarios de los gobiernos nacionales quienes inspeccionaban los alimentos para vigilar el cumplimiento de requisitos básicos de seguridad y fitosanidad (sanidad de las plantas). Hoy,

“...han surgido compañías de certificación privadas... que se dedican a realizar auditorías diseñadas conforme a los criterios de sus clientes transnacionales” (Busch y Bain, 2004: 334). Dichas auditorías pueden centrarse en la seguridad de los alimentos, comercio justo, agricultura sustentable, cumplimiento de la normatividad ambiental ISO, normas de mano de obra, etcétera. Las empresas de certificación son acreditadas por algún organismo mundial de acreditación, como el Foro de Acreditación Internacional (International Accreditation Forum), la Asociación Internacional de Certificación de Auditores y Capacitación (International Auditor and Training Certification Association, IATCA) o GlobalGAP. Las auditorías pueden ser breves o muy amplias. No pasar una auditoría significa perder la certificación en lo referente a las normas inspeccionadas, cualesquiera que éstas sean. El proceso de auditoría puede ser muy costoso para los productores, quienes tienen que pagar los viáticos de auditores que pueden encontrarse o no en el mismo país del productor (*ibid.*; Hatanaka *et al.*, 2005).

Puesto que es independiente de los compradores y vendedores, la TPC es percibida como una evaluación independiente y objetiva, y como una manera de legitimar lo que se atribuya a los alimentos en materia de seguridad. Como respuesta a los nuevos movimientos sociales enfocados en el consumo como práctica política —salvar al mundo mediante un consumo más consciente— algunas organizaciones no gubernamentales (ONG) también están a favor de la TPC como una manera de fomentar no sólo la ética en el comercio y las prácticas laborales, sino también la sustentabilidad ambiental en el marco del régimen de comercio mundial de alimentos. Por consiguiente, algunas ONG han creado sus propios organismos de TPC y esquemas de etiquetado, entre ellas la Federación Internacional de Movimientos Agrícolas Orgánicos (International Federation of Organic Agriculture Movements, IFOAM), la Alianza por los Bosques Húmedos (Rainforest Alliance), el Consejo de Administración Marina (Marine Stewardship Council, MSC) y la Organización de Etiquetado para el Comercio Justo (Fairtrade Labelling Organization) (Hatanaka *et al.*, 2008: 364). Los expertos en desarrollo están a favor de la adopción de normas de calidad para asegurar la viabilidad de los agricultores pequeños (FAO, 2004). Aunque el cumplimiento de tales normas suele ser voluntario, algunos conocedores afirman que se han convertido en una obligación *de facto* para acceder a los mercados (Henson y Reardon, 2005: 244).

NORMAS, CALIDAD Y ECONOMÍA MORAL

Dos estudios recientes ampliaron el concepto “economía moral” de Scott (1977) y Thompson (1971) al sistema alimentario contemporáneo. En lo referente a la alimentación, dicho concepto se encuentra en la obra de E.P. Thompson, quien afirmó que, en tiempos precapitalistas, las panaderías eran consideradas como industrias de servicio público y las relaciones entre las poblaciones y el medio rural eran mediadas por el precio del pan. En la obra de James Scott, la economía moral se relacionaba con el acceso a las tierras. Para Scott, el concepto de economía moral es la “noción de justicia económica y su definición funcional de la explotación, es decir, su visión de qué apropiaciones del producto eran tolerables y cuáles, intolerables” (Busch, 2000: 276).

Busch (2000) argumenta que las normas son una parte importante de la economía moral porque sirven no sólo para uniformar los métodos de producción, sino también a los trabajadores, a los consumidores y el consumo, al mismo tiempo que restringe la biodiversidad, entre otras cosas. Al “ignorar las normas y disputas relacionadas con ellas, nos exponemos a dejar fuera uno de los aspectos más importantes de la transformación de la agricultura y la vida rural contemporánea en sí, pues la economía moral se produce y reproduce mediante las normas” (*ibid.*: 274).

Aunque las normas han existido siempre, algunos bienes se resisten a la estandarización, en particular las que dependen de procesos naturales. Los entornos ambientales también se estandarizan (*ibid.*: 277-280). La homogeneización de los cultivos alimenticios implica pérdidas de biodiversidad en el germoplasma de éstos. La disminución de la biodiversidad está asociada con mermas en la resistencia de los agroecosistemas debido a la reducción de su capacidad para evolucionar y recuperarse del estrés ambiental; a la mayor necesidad de insumos externos (fertilizantes y plaguicidas); y a la disminución general de los servicios ambientales en ámbitos de gran diversidad biológica, por ejemplo, mantenimiento de la calidad del agua, retención de la humedad del suelo, control de la erosión y fijación de carbono (FAO, sin fecha).

También a los trabajadores son estandarizados, se les uniforma y se vuelven fáciles de reemplazar y capacitar. En cuanto a la agricultura, las tecnologías de la revolución verde obligaron a la estandarización (Rouse, en Busch, 2000: 278).

Morgan *et al.* (2006) sugieren que resultaría provechoso incluir la economía moral en el análisis de los estudios sobre los alimentos. Por un

lado, la intensificación del comercio y la prolongación de las cadenas de abasto favorecen la apropiación de ecosistemas distantes. Los capitalistas del agro intensifican la producción y la apropiación de funciones agrícolas (*i.e.*, el reemplazo de los insumos naturales por sustitutos químicos (véase Goodman y Watts, 1997). El proceso de desarraigar a la agricultura de su entorno natural también implica sustraer las relaciones sociales de su tiempo y espacio: mediante el aumento de la transnacionalización de la agricultura, nos apropiamos ahora de ecosistemas distantes, lo cual significa mermar los rendimientos [agrícolas] para las generaciones futuras y apropiarnos de ecosistemas que no nos pertenecen (véase Hanson y Wackernagel, 1999).

Además, muchas AFN han tenido un efecto de reorganización territorial o de arraigo. Motivados por la demanda, pero también por un intento explícito de capacitar a ciertos grupos en detrimento de otros, los criterios de calidad de las AFN están cada vez más enfocados a revalorar el lugar físico. Morgan *et al.* (2006: 76) argumentan que:

Las economías locales ofrecen su propia característica a las ventajas comparativas. La integración de redes sociales permite controlar el capital humano local —es decir, conocimientos, aptitudes y creatividad, compromiso con la comunidad, y una visión compartida del presente y el futuro— para generar y fortalecer relaciones mutuamente benéficas entre proveedores, productores y consumidores. El sentido de pertenencia compartida de los recursos de la comunidad y de la responsabilidad de su viabilidad y preservación puede inspirar confianza y compromiso, lo que reduce efectivamente los costos de transacción y facilita el proceso de interacción económica... sin marginar el capital social y ambiental.

Según Morgan *et al.*, el surgimiento de AFN va acompañado por ciertas tendencias reguladoras. Se refieren a este fenómeno como la *nueva economía moral de los alimentos*. Esta perspectiva más amplia de la agricultura vincula la producción de alimentos con nociones más amplias de los bienes públicos, como la salud humana, animal y ambiental, así como el comercio justo y el desarrollo económico y comunitario local (*idem*). Según Hansson y Wackernagel, la reorganización territorial da sus resultados máximos cuando la agricultura está inserta en un contexto de “soporte vital” (1999). Es decir que la producción agrícola soporta la vida en todas sus expresiones, contribuye a crear fuentes de agua limpia y abun-

dante y mejora la calidad del aire en vez de contaminarlos, y propicia la diversidad de los insectos y la fauna en general, en vez de aniquilar sus hábitats.

Así, una manera de ver la economía moral desde la perspectiva de las normas es que éstas homogeneizan personas, procesos, ecosistemas y sabores, y ocasionan pérdidas de biodiversidad. Por otra parte, tienen la capacidad de preservar y promover la diversidad, al mismo tiempo que hacen llegar a los consumidores los bienes públicos asociados.

ESTUDIO DE UN CASO

Las últimas décadas han sido un periodo de cambio radical y México ha sido, de muchas maneras, paradigmático de ese cambio: fue el más claro ejemplo de los estados desarrollistas del Tercer Mundo en el régimen industrial, al mismo tiempo se destacó por tener un estado intervencionista y llegar a ser autosuficiente en alimentos. Hoy por hoy, México encarna el espíritu del sistema alimentario contemporáneo: la exportación de frutas y hortalizas frescas de calidad certificada, con estricto apego a las normas transnacionales señaladas por los mercados del Hemisferio Boreal, y la importación de cereales básicos.⁴

Diversas empresas transnacionales han aumentando su presencia en México, lo que incluye empacadoras, procesadoras y cadenas de supermercados. Además del estancamiento de los tratados internacionales en cuanto las normas de seguridad y calidad, ahora éstas son desafiadas por el sector privado. Eso ha suscitado cambios en el ejercicio gubernamental de México. Anteriormente, el gobierno mexicano regulaba la producción de alimentos para consumo interno mediante, por ejemplo, la supervisión del uso de plaguicidas y la importación de productos químicos en la agricultura, de modo que los productos de exportación destinados a Estados Unidos cumplieran las normas impuestas por el Departamento de Agricultura de Estados Unidos (US Department of Agriculture, USDA) y vigiladas en México por inspectores del propio USDA (Sanderson, 1986; Barndt, 2002). Hoy, el gobierno mexicano colabora con los intereses corporativos transnacio-

⁴ La transición de una economía cerrada a la liberalización y su efecto sobre la agricultura y el campo mexicano, en general, está ampliamente documentada. Véase, entre otros, Appendini, 1994; Barry, 1995; Hewitt de Alcántara, 1994; Marsh y Runsten, 1995; Davis, 2000; Carlsen, 2003.

nales para regular la producción. En respuesta al “imperativo de calidad” necesario para acceder a los mercados del Hemisferio Norte —y también cada vez más a los del Hemisferio Sur, y el gobierno ha homologado su marca México Calidad Suprema a las normas de GlobalGAP.⁵ Esto es, México ha adoptado públicamente las normas alimentarias de las corporaciones europeas.

El sistema alimentario bifurcado (es decir, que permite la coexistencia de redes alimentarias convencionales y alternativas) del que tanto se ha escrito en el ámbito de las sociedades más opulentas, también existe en México. Por un lado, muchos de los productores que cultivan bajo las normas de calidad convergen para acceder a los consumidores ubicados en nichos preferenciales de los mercados extranjeros (p. ej., café con comercio justo y aguacates orgánicos). Por otro lado, y en un punto más extremo del *continuum* de las “alternativas”, están surgiendo iniciativas más radicales. Mientras que las AFN del Hemisferio Norte suelen ser vistas, e incluso criticadas como un privilegio de los consumidores de clase media, las alternativas de México están vinculadas a la supervivencia de los campesinos y las razas de semillas más antiguas, a la soberanía y la seguridad alimentarias, y a la integridad ecológica de los ecosistemas.

EL SECTOR PRODUCTOR DE AGUACATES DE MICHOACÁN

La campaña fitosanitaria

En el capítulo 4 de este libro, Stanford describe en detalle el desarrollo del sector productor de aguacates de Michoacán y sus vinculaciones con la agroindustria en California, así como su expansión en los mercados internacionales.

Como queda documentado por Stanford, el rumbo que tomó la industria del aguacate durante las dos últimas décadas fue conformado, en gran

⁵ GlobalGAP (anteriormente EurepGAP) fue fundada a fines de la década de los noventa por un grupo integrado por los principales comercializadores de alimentos de Europa con el fin de asegurar el abasto de los alimentos de calidad y sustentables que sirven como base de sus productos “de marca propia”. Hoy, la organización cuenta con normas detalladas para café, frutas y hortalizas, acuicultura, ganadería y floricultura. Durante los cinco años pasados, se expandió rápidamente por todo el mundo y hoy se le considera la “norma dorada” de la agricultura de calidad (Campbell, 2005).

medida, por la veda fitosanitaria que Estados Unidos impuso a la importación del aguacate mexicano desde 1914. Ni siquiera el TLCAN logró abrirle el mercado estadounidense. Por consiguiente, una elite de productores se alió con el gobierno para emprender una campaña fitosanitaria diseñada en colaboración con el USDA (capítulo 4 de este libro; Stanford, 2002). Hoy, la observancia de la NOM-066-SSA1-1993 para la producción del aguacate, impuesta en cumplimiento de la Ley Federal de Sanidad Vegetal, es obligatoria para todos los productores de aguacate, sin importar que tengan uno o tres mil árboles.

La supervisión del cumplimiento de la normatividad fitosanitaria en materia de enfermedades vegetales, control de plagas y uso de plaguicidas está a cargo de juntas locales de sanidad vegetal asesoradas por inspectores del USDA. Según la explicación de un ingeniero agrónomo encargado de la campaña fitosanitaria estatal, el objeto de esta última es corregir la total ausencia de regulación en la producción del aguacate. Este ingeniero explicó que la variación de los métodos de producción:

...provocaba inestabilidad de los precios porque los productores que no invertían en sus huertas vendían muy barato... [A]sí que esta situación provocó... la estandarización, de modo que hubiera una ley. Además... la cosecha era muy deficiente. Cosechaban con un palo y la fruta caía al suelo, de modo que en ocho días estaba podrida... De modo que todo eso indujo la creación de la norma. La norma indica cómo cosechar, cómo transportar [el producto] para mejorar su calidad, cómo almacenarlo, y también lo de [el control de] las plagas y todo eso (entrevista con un empleado del Comité Estatal de Sanidad Vegetal, 14 de marzo de 2006).

Las Juntas Locales de Sanidad Vegetal (JLSV) fueron establecidas a mediados de la década de 1990 para supervisar el cumplimiento de la Ley Federal de Sanidad Vegetal. La participación de los productores en el programa es obligatoria. Eso requiere el pago anual de unos 200 pesos por hectárea (unos 20 dólares) y otorga a los productores el derecho a recibir servicios de capacitación y asesoría por parte de los agrónomos de la JLSV. Los resultados del programa han sido excepcionales y hoy se considera que la campaña es ejemplo para otros sectores de exportación agrícola.

Sin embargo, un elemento del pasado es la presencia de inspectores del USDA. Ellos llevan a cabo una inspección anual de cada huerta que exporte

a Estados Unidos y revisan los frutos cosechados que llegan a las empaquetadoras. Esta vigilancia obedece al programa de erradicación de plagas que el USDA identifica como posibles amenazas para su propio sector aguacatero. Además, supervisan el uso de ciertos plaguicidas específicos.

La certificación

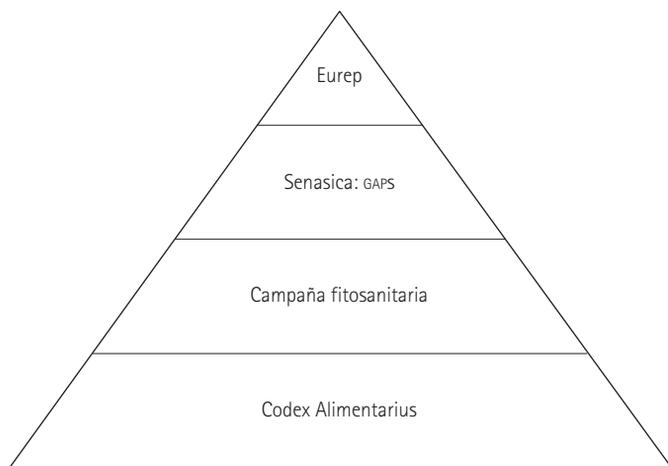


Figura 1. Senasica: Buenas prácticas agrícolas.

El Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (Senasica) desarrolló las llamadas buenas prácticas agrícolas (*good agricultural practices*, GAP).⁶ Se trata de normas de cumplimiento voluntario relacionadas con la seguridad de los alimentos o la eliminación de riesgos para la salud humana en los puntos de producción y consumo de alimentos. Estas exigen, por ejemplo, que los productores instalen en sus huertas servicios sanitarios y comedores, que los trabajadores laven perfectamente sus manos, que la calidad del agua cumpla ciertas normas, que los recipientes de plaguicidas vacíos sean lavados y desechados en forma

⁶ A su vez, las GAP se basan en los puntos de análisis de peligros y control crítico (Hazard Analysis and Critical Control Points, HACCP), cuya función es identificar los mayores riesgos potenciales en el proceso de producción y tomar medidas para reducirlos. Estos principios fueron creados por Codex para el sector agroalimentario y son la base de las normas de seguridad alimentaria ISO 22000.

adecuada, que los trabajadores usen equipo de protección cuando apliquen productos químicos a los cultivos, etcétera. Además, las GAP recomiendan asegurar la rastreabilidad (control de origen) y llevar bitácoras o registros.

Aunque el cumplimiento de las GAP es voluntario (salvo en el caso de los melones que se exportan a Estados Unidos, que es obligatorio), facilita el acceso a los mercados para quienes las cumplen. Además, puesto que las GAP son la base de otras normas más estrictas, como las de GlobalGAP, son el primer paso hacia la certificación de otras normas privadas.

En el caso de México, el Senasica desarrolló las GAP para ayudar a los productores a superar las barreras de tipo no arancelario impuestas al comercio. En caso de alguna disputa internacional en torno a la seguridad de un producto de exportación mexicano, el gobierno sólo presta asistencia a quienes están certificados en el programa de GAP del Senasica. Antes de la creación de este programa, los productores podían certificarse en materia de GAP mediante un programa de certificación controlado por Primus Labs, una empresa estadounidense. Actualmente, el Senasica lleva a cabo talleres de capacitación en todo el país para capacitar especialistas en GAP. Estos peritos, que pueden dar servicios de asesoría y realizar auditorías previas en huertas, envían posteriormente sus recomendaciones al Senasica, el cual decide, en última instancia, si otorga o no la certificación.

México Calidad Suprema

México Calidad Suprema (MCS) es una marca creada conjuntamente, en 1999, por la Secretaría de Economía (SE), la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (Sagarpa) y Bancomext (Banco Nacional de Comercio Exterior). Cuando los representantes del sector agropecuario que visitaban las ferias internacionales notaron que sus productos tenían deficiencias de calidad, decidieron crear la marca MCS para distinguir sus productos de óptima calidad. Sin embargo, hasta 2007, la marca sólo se utilizaba en las empacadoras para indicar que la fruta tenía un cierto tamaño y aspecto. Actualmente, la certificación se ofrece en dos puntos: en la empacadora y en los campos de cultivo (entrevista con funcionarios federales, 2 de mayo de 2007).

La marca fue evaluada conforme a las normas de GlobalGAP. Esto significa que MCS ha homologado sus normas para que también se cumplan

las de GlobalGAP. Cualquier productor individual o asociación de productores puede solicitar esta certificación, que también se puede obtener mediante una evaluación comparativa, como sucede con la marca MCS. La verificación del cumplimiento de las normas de GlobalGAP está a cargo de terceros.

Productores orgánicos

Más de 100 productores están afiliados a la organización Productores Agrícolas de Orgánicos Regionales (Pragor), que en julio de 2007 sumaba 1 200 hectáreas certificadas. Todos los aguacates orgánicos son certificados mediante una sola marca: Bioagricert, marca orgánica italiana que está en operación desde 1984 y ha sido referente de las principales normas de producción orgánica: NOP (normas orgánicas estadounidenses), EU Organics, JAS (Japón), CAAQ (Quebec, Canadá), Agriculture Biologique (Francia), Bio Suisse (Suiza) e IFOAM. También cumple las normas laborales de la Iniciativa de Calidad Ética (Ethical Quality Initiative, ETI), que están basadas en los criterios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Dichas normas priorizan los métodos de producción sustentables desde el punto de vista ambiental y se refieren principalmente a la rastreabilidad del producto y al uso de insumos aceptables, pero también insisten en que se aumente la biodiversidad de las huertas. Los productores no tienen que elaborar necesariamente su composta y otros insumos. El gobierno estatal de Michoacán lanzó un programa de fertilizantes orgánicos y está financiando un nuevo proyecto de compostaje para poner la composta al alcance de los agricultores, entre ellos los productores de aguacate (visita de campo al proyecto de Soil & More, 20 de noviembre de 2007; entrevista con un funcionario de Sedagro, 29 de mayo de 2007).

El éxito del sector productor de aguacates ha sido tan asombroso, que muchas personas están dispuestas a hacer cualquier sacrificio con tal de sumarse a éste. Los productores están comprando tierras, incluso parcelas ejidales dispersas aquí y allá, para plantar aguacateras. Incluso se recurre a la deforestación —en tasas alarmantes— para plantar aguacateras incluso en lugares inadecuados para la producción del aguacate por motivos climáticos y ecológicos.

Nociones de calidad en conflicto

Incluso entre los productores de aguacates “de calidad”, sea con fines de exportación o para el consumo interno, existen nociones contradictorias de lo que significa este concepto. Algunos académicos han planteado que el uso de normas basadas en ideales extranjeros, y creadas con referencia a ambientes muy distantes, pudiera tener consecuencias negativas en el entorno ambiental y las prácticas de gestión locales (Vandergeest, 2005). En nuestro estudio se sugiere que los productores y su personal de apoyo, como los agrónomos de las JLSV, definen la calidad en función de las normas que utilizan. Quienes producen con apego a normas convencionales —como las normas fitosanitarias del USDA— entienden la calidad como un fruto limpio, grande, liso y de buen color. En otras palabras, para ellos la calidad es un atributo estético. Esa orientación queda ejemplificada por el siguiente fragmento tomado de notas de campo que fueron redactadas después de visitar varias huertas en compañía de un agrónomo:

La primera huerta a la que me llevó estaba... mezclada con otros frutales... café, plátano, mamey, lima... Era una huerta de aspecto muy agreste... sin ningún tipo de cuidado o arreglo. ...él seguía insistiendo en que esa no era una huerta bonita... Estas personas no le echan ganas... Cuando por fin llegamos a la huerta de 20 ha... él desbordaba orgullo por lo hermosa y limpia que estaba. Me repetía: “Sí, está bonita esta huerta. Está muy limpia.” Y era cierto, el suelo alrededor [de los árboles] estaba perfectamente limpio, pero le habían puesto hojas encima para cubrirlo un poco y dejar que aquéllas se compostaran e incorporaran al suelo. Le pregunté si habían tenido que arrancar la maleza a mano. Me respondió que no, que tenían una máquina para fumigar las malezas y pastos con herbicidas.

(Notas tomadas durante una visita de campo, 22 de marzo de 2007).

Para este ingeniero agrónomo, hermosura y limpieza eran atributos que podían lograrse mediante el uso de toxinas. Él no veía los principios de biodiversidad presentes en la primera huerta como algo benéfico, sino como algo caótico. En ese mismo sentido, un productor comentó que Estados Unidos pretende que las huertas luzcan como “campos de golf” (entrevista con un productor certificado por GlobalGAP, 5 de abril de 2007).

Otros productores, en especial los que cuentan con una certificación orgánica e incluso la de GlobalGAP, ven un fruto de calidad como aquél

que se produce de tal manera que no daña a los productores, ni a los consumidores ni al medio ambiente. En ocasiones, el aspecto de estas huertas es más agreste, pues se permite el crecimiento de ciertas malezas y plantas silvestres. Algunas cuentan con corredores verdes y áreas naturalizadas, y muchas producen sus propios insumos. Analicemos los comentarios de un trabajador de una huerta orgánica certificada:

Entrevistado: [La huerta] era como todas, pero ahora que es orgánica está mucho mejor, porque es muy complicado tener que manejar tantas toxinas. No sólo para nosotros aquí, sino también para los que viven [en la misma zona]. Eso también los afecta mucho.

Entrevistadora: ¿De qué modo?

Entrevistado: Bueno, el aire es el mismo. El aire se contamina por completo y absorbemos mucho veneno cuando estamos fumigando. Ahora todo lo que manejamos es natural. En realidad... bueno... esto ha cambiado mucho. Las cosas son mucho más agradables. Nosotros no tenemos este problema... ¡Huy! ¡Esto huele muy mal! ¿No? Los cambios [son] cada vez que tratamos de mejorar las cosas que todavía nos hacen falta (entrevista con un trabajador de una huerta orgánica, 1 de marzo de 2007).

Una productora certificada por GlobalGAP declaró lo siguiente cuando hablamos sobre los métodos que ella y otros productores están usando como parte de su certificación:

“...nosotros lo vemos de este modo: si queremos vender, y vender bien, tenemos que seguir estas reglas. Y si queremos vivir mejor, no sólo para vender, sino para cambiar nuestra calidad de vida y nuestro estilo de vida como productores de aguacate. Porque dicen que somos un factor económico importante en la región, pero también somos un factor importante en lo relacionado con la contaminación. Cientos de millones de toneladas de agroquímicos, miles de toneladas de plaguicidas afectan el ambiente, y esto lo hemos visto de una manera muy consciente. Tenemos que cambiar... (entrevista con una productora certificada por MCS, 13 de junio de 2007).

Todas las normas que regulan el modo de trabajar de los productores de aguacate de Michoacán vienen del extranjero, principalmente de Europa y Estados Unidos. Debido a que esas normas regulan ahora los métodos de

producción e influyen en la percepción de la calidad, es importante saber quiénes las crearon.

El municipio de San Juan Nuevo destaca como ejemplo de ello. San Juan Nuevo estuvo entre las primeras zonas libres de la campaña fitosanitaria y ahora se le reconoce como “un área que garantiza la aplicación de la GAP en el [cultivo del] aguacate”. El sector productor de aguacates de Uruapan también recibió esta designación. Hasta 2007, estos dos municipios eran los únicos del país que ostentaban la designación. Además, San Juan Nuevo es el único municipio productor de aguacate que tiene productores de huertas certificados por GlobalGAP, gracias a un proyecto encabezado por la JLSV.

De 23 municipios productores, 12 se consideran zonas declaradas libres de plagas, tal como lo requiere el programa fitosanitario. Estos son los municipios que pueden exportar a Estados Unidos. Pero tienen diferencias respecto a otros municipios donde hay menos propietarios con predios grandes.⁷ Por lo tanto, las JLSV tienen menos recursos y cuando algunos de los productores más grandes quieren tomar la iniciativa y embarcarse en programas normativos para exportar su producto, no disponen de ellas.

El gobierno mexicano no ha dado marcha atrás en su política alimentaria, pero ahora tiene nuevos roles. La regulación agrícola mexicana, al menos en lo referente a cultivos de exportación, es una mezcla de normas públicas extranjeras, corporativas transnacionales y públicas nacionales. Incluso en los lugares donde las normas extranjeras y privadas no son obligatorias, existen incentivos públicos (financieros y de capacitación) para estimular su cumplimiento.

En el ámbito público internacional, México, que es socio activo del Código Alimentario de la ONU, fue elegido como sede del Comité Mundial para Frutas y Hortalizas Frescas y ha solicitado el desarrollo de normas para cultivos de importancia específica para el país, como el nopal y el aguacate. Sin embargo, aunque ahora el Código Alimentario admite la presencia de observadores de ONG en sus juntas y propicia la participación de estas últimas en los comités nacionales, México no cuenta con ninguno.

El proceso de evaluaciones comparativas de las normas de MCS con los referentes de GlobalGAP incluyó una consulta entre las asociaciones de

⁷ La mayoría de los productores de aguacate son pequeños o medianos, es decir, con huertas de 10 hectáreas o menos.

productores pero excluyó las consultas entre consumidores, grupos de interés público y organizaciones ambientalistas (entrevista con funcionarios del gobierno federal mexicano, 2 de mayo de 2007). Por lo tanto, la pregunta obligada es: ¿hasta qué punto estas normas representan o representarán el interés público?

México Calidad Suprema ha participado en negociaciones con las oficinas centrales de Wal-Mart en Estados Unidos para indagar qué normas está dispuesta a aceptar esa corporación. Hasta la primavera de 2007, Wal-Mart exigía que sus proveedores se ajustaran a otra marca: Alimentos Seguros de Calidad (Safe, Quality Food, SQF). Este es un programa de certificación estadounidense-australiano basado también en los principios del Análisis de Riesgos y Puntos Críticos de Control (Hazard Analysis and Critical Control Points, HACCP) y muy apegado a las posiciones de Estados Unidos y Australia en la negociación de normas alimentarias en los foros internacionales; las normas ambientales y laborales no son parte de la norma básica, pero su inclusión es optativa. Por el momento, MCS no se propone alcanzar la homologación con esta norma porque carece de la presencia y la infraestructura de GlobalGAP y sólo cuenta con dos personas capacitadas para certificar en el país, por lo que el proceso de certificación sería muy lento y costoso.

En suma, los productores de aguacate enfrentan hoy una confusa maraña de normas —públicas (Senasica), internacionales (USDA), privadas (GlobalGAP, SQF, certificación orgánica) e híbridas (MCS)— en las cuales se pueden certificar. Aunque la certificación es voluntaria, asegura mercados para el producto. Cada conjunto de normas corresponde a un concepto de calidad competitivo. Estos conceptos se ubican en diversos puntos de un continuo virtual de normas de “calidad”, que va desde la insistencia en propiedades estéticas hasta principios mucho más amplios e incluyentes de protección ambiental, conservación de la biodiversidad y bienestar de los trabajadores. Estas últimas se nutren de los conceptos de la economía moral referido a las normas y la calidad, en lo que respecta a la producción alimentaria y agrícola, mismos que se basan en preocupaciones del consumidor que relacionan la calidad de los alimentos con la calidad de vida. A su vez, tanto las normas como los conceptos de calidad que éstas representan, tienen sus bases en intereses internacionales pertenecientes al ámbito de las negociaciones sobre políticas comerciales y agrícolas.

Dos visiones de calidad que se intersectan

Estos conceptos de calidad necesariamente tienen que ser referidos a sus contextos. El sector productor de aguacate cobró auge en un contexto de altos índices de migración, deforestación y cambios en los hábitos de consumo. La producción de aguacate depende de más recursos de los que se circunscriben al predio donde se cultivan. Los bosques, agua y aire son bienes colectivos, pero sólo unas cuantas personas se benefician del uso desproporcionado de tales recursos. Las estrategias de desarrollo basadas en la exportación de productos agrícolas de calidad tienen una visión muy limitada del desarrollo y la calidad. La producción de aguacate se está expandiendo a un ritmo desmedido. Y por supuesto, a expensas de los ecosistemas naturales. El ritmo de la deforestación es tan rápido como el de la expansión de las huertas de aguacate, Michoacán perdió alrededor de 500 000 hectáreas de bosques entre 1976 y 2000 (Navarro, 2007).

La región aguacatera de Michoacán tiene una orografía abrupta y compleja. Los aguacateros se dan muy bien entre 1 200 y 2 200 metros sobre el nivel del mar. En estas tierras altas, las altitudes aumentan y disminuyen con rapidez, y eso significa que los productores de aguacate están dispersos y separados por tierras inhóspitas para el cultivo, sobre todo a más de 2 200 metros de altitud, donde se encuentran bosques y comunidades indígenas que utilizan métodos de labranza tradicionales para producir cultivos de subsistencia.

Entre los agricultores en general, sean productores de aguacate o no, el consenso es que el avance de la deforestación es extensivo y que el clima de la región está cambiando, debido específicamente a la rápida expansión de las huertas de aguacate. Los productores de este fruto consumen el agua del subsuelo mucho más rápido que los pinos, con sus cualidades de conservación hídrica. Buena parte de la cubierta forestal restante y la mayor zona de recarga de acuíferos son las tierras altas de la Meseta Purépecha, que están en manos de comunidades indígenas. La conservación de esos bosques es la clave de la supervivencia de las huertas, para no hablar del abasto de agua en general. Pero esa tarea está recayendo cada vez más en las poblaciones indígenas. El gobierno reconoce que la conservación de los bosques es una necesidad ecológica, sin embargo, el pago por conservar el bosque es de unos 32 dólares por hectárea, pero eso es muy poco dinero para poder vivir (entrevista con un funcionario de la Comisión Nacional Forestal [Conafor], 19 de junio de 2007). Cuando las cosas se ponen difí-

ciles, la gente emigra o recurre al bosque de manera clandestina, contribuyendo al deterioro general y la sobreexplotación del mismo.

“...la conservación del medio ambiente siempre ha sido un tema... [D]ondequiera que uno vaya, todo mundo está talando [el bosque]. [...] Sinceramente, hay mucho qué hacer en cuanto al asunto ambiental, no sólo aquí donde estamos, en México, sino en todo el mundo. ¿Cuándo habrá conciencia? No lo sabemos... [P]ero además hay otras cuestiones, cuestiones sociales y económicas. Quizá a la gente que tiene trabajo, buenos ingresos y una casa le preocupe el medio ambiente. Pero la gente que no tiene para comer pasado mañana piensa: “¿Qué vamos a hacer?”. Y no es que esté justificando, ni por un segundo, la tala de árboles ni nada de eso. Pero creo que el problema es más profundo que la simple tala del bosque. Tenemos que trabajar mucho para crear fuentes de empleo y toda esa clase de cosas.” (Entrevista con un agrónomo y un productor de aguacate, 11 de junio de 2007).

En otras partes del “grupo” de productores de aguacate, el cambio de uso del suelo para la producción de esta fruta ha provocado un abandono de la agricultura de subsistencia y fomentado la venta de terrenos ejidales, lo que tiene profundas repercusiones en la seguridad alimenticia.

“...somos totalmente dependientes en cuestión de alimentos, sobre todo los básicos, como el maíz y el frijol. Antes vendíamos maíz afuera porque no alcanzábamos a consumirlo aquí, pero ahora casi todo el maíz viene de fuera [de nuestra comunidad]. Es decir, que hay mucha dependencia. También decimos lo mismo de las familias, de las familias campesinas, pues los hábitos de vida y de consumo han cambiado muchísimo, la seguridad alimenticia, el autoconsumo, el autoabasto, porque antes las familias de la comunidad tenían gallinas, cerdos y vacas, y también tenían su maíz y su buena producción en los solares de las casas, como nopales y hortalizas... [P]ero las cosas ya no son así. Y ya no son así... porque están usando la tierra para el aguacate... [A]hora ya toda está comprada... [La gente] depende de que haya ingresos para poder comprar comida... De modo que si el jefe de familia pierde el empleo... quedan totalmente expuestos. Y dependen de que su gente en Estados Unidos les mande dinero. Así, es increíble la dependencia del mercado. Y todo eso tiene que ver con la alimentación, la nutrición, el tipo de alimentos que uno consume... Nosotros decimos, esperen el día en que Estados Unidos diga que ya no quiere recibir el aguacate por problemas fitosanitarios, o que caiga una plaga

o alguna bacteria o enfermedad, porque entonces: ¿qué vamos a hacer? Es seguro que el precio se va a caer. La gente se va a quedar sin trabajo, no va a tener ingresos, y entonces: ¿qué vamos a hacer? ¿Cómo vamos a sobrevivir comiendo aguacates? (Entrevista con un agricultor y dirigente de una organización campesina local, 25 de mayo de 2007).

La biodiversidad, sobre todo la del maíz y el aguacate, está disminuyendo. Las variedades nativas de aguacate, que abundaban en la región hasta las décadas de 1960 y 1970, prácticamente desaparecieron (recorrido de campo en Tacámbaro, 28 de noviembre de 2007), el aguacate Hass acabó por desplazar a otras variedades. Aunque existe al menos un proyecto que está tratando de rescatar las variedades nativas,⁸ la reducción de la base genética pone en riesgo el cultivo y a quienes dependen de él (entrevista con un funcionario de una organización de certificación externa, 10 de abril de 2007).

Los michoacanos han cultivado sus milpas por mucho tiempo. Las variedades de maíz de esta región son parte del mosaico de diversidad genética del centro de origen del maíz. La variación entre razas y especies es el resultado de milenios de adaptación, por parte de los campesinos, a los cambios geográficos y culturales. Aunque las milpas requieren mucha mano de obra, es posible cultivarlas de manera sustentable en terrenos abruptos para lograr la seguridad alimentaria (Nadal, 2006: 35).

UNA MARCA BIORREGIONAL: COYOTE ROJO

Las iniciativas locales proponen un concepto alternativo de calidad y un método para regular la agricultura. Una marca biorregional llamada Coyote Rojo (*Jiuatsi Xarhapiti* en purépecha) y surgida en la Meseta Purépecha ha estado certificando a los productores de maíz desde 2007. La intención del proyecto es salvaguardar y promover la biodiversidad, preservar las tradiciones de conservación de semillas y los métodos de producción de alimentos típicos, proteger el agua y los recursos forestales naturales, y encontrar

⁸ Un proyecto, llevado a cabo por Roldán Estrada Abel y colaboradores en el Centro de Bachillerato Tecnológico Agropecuario de Tacámbaro, tiene por objeto preservar las variedades silvestres y criollas del aguacate al catalogarlas y definir un método para preservar las semillas de muchas variedades prácticamente extintas (visita de campo a Tacámbaro, 28 de noviembre de 2007).

maneras sustentables de aprovecharlos (Coyote Rojo [s.f.]). La diferencia entre Coyote Rojo y MCS —la marca gubernamental referida a la GlobalGAP europea— no está en la parcela, sino en la biorregión natural.

Los productores son certificados por terceros en cuanto al cumplimiento de las normas orgánicas mexicanas y deben documentar sus procesos de producción ante Coyote Rojo. Las comunidades agrícolas biorregionales aprovechan las fuentes energéticas renovables, promoviendo y preservando la agricultura orgánica. Coyote Rojo protege la capacidad de las comunidades para seguir con sus cultivos pese a que el desarrollo de empresas basadas en habilidades, conocimientos y capacidades locales pone el ecosistema en riesgo.

La marca Coyote Rojo es una manera de confrontar algunos de los muchos retos que las comunidades indígenas enfrentan con los sistemas agrícolas centrados en el maíz. Valorar y comercializar las variedades nativas de maíz ayuda a que la gente permanezca en sus tierras y continúe renovando sus conocimientos sobre cómo trabajar las milpas. El proyecto espera proteger los métodos agrícolas específicos de la región, defender y recargar recursos hídricos cada vez más escasos y proteger otros animales y cultivos locales además del maíz. Las prácticas de cosecha sustentable pueden permitir a los campesinos ganarse la vida mientras que protegen los bosques (Coyote Rojo [s.f.]: 2).

La venta de productos tradicionales va dirigida al “mercado de la nostalgia”⁹ —es decir, a las muchas personas que dejaron atrás sus hogares para emigrar a otras partes, lo que crea un vínculo emocional y cultural entre los consumidores y el lugar de origen de sus alimentos. Actualmente, los productos certificados por Coyote Rojo están a la venta en las huertas y los mercados o tianguis locales (entrevista, 6 de mayo de 2007).

Otro objetivo del proyecto es ayudar a que la gente permanezca en sus tierras y que den continuidad a sus valiosos conocimientos sobre cómo cultivar una milpa. Fortalecer a las comunidades indígenas y sus tradiciones gastronómicas promueve la diversidad biológica y cultural, lo que representa una alternativa para los agricultores circunvecinos que adopten los sistemas de producción estandarizada definidos por cadenas de suministro transnacionales (Friedmann y McNair, 2008).

En el momento de realizar la última entrevista, la marca no estaba en uso por temor a que fuera apropiado por otros, aunque los productores

⁹ Entrevista con un productor certificado por MCS, 13 de junio de 2007.

estaban siendo certificados conforme a las normas de Coyote Rojo y sus productos ya estaban a la venta. Un promotor de Coyote Rojo, Gioanetto explicó que el gobierno y Wal-Mart habían expresado su interés en la marca biorregional. Los productores afiliados a Coyote Rojo están buscando maneras de retener el control de la marca que crearon para agregar valor y vender productos tradicionales elaborados de maneras que preservan la integridad ecológica y cultural.¹⁰

Entrevistado: Sí. Lo importante, Amber, es que hasta la fecha no estamos haciendo uso de la marca Coyote Rojo. Es la misma plataforma, pero por el momento no estamos usándola porque antes de hacerlo necesitamos y decidimos hacer una campaña dirigida a los consumidores. Lo que estoy diciendo es que no queremos usar la imagen de Coyote Rojo porque otras personas pueden plagiarla. Y para que otras gentes entiendan, existen personas que quieren hacer negocios con la red Coyote Rojo; por ejemplo, la Secretaría de Economía del gobierno federal quiere hacer una denominación de origen con esta idea, Wal-Mart y otras personas que hacen negocios con productos orgánicos quieren apropiarse del logo, así que, por el momento, decidimos retirarlo y esperar a que podamos hacer una buena campaña para el consumidor. En cuanto a nosotros, seguimos produciendo.

Entrevistadora: ¿Cómo saben que [esas personas] quieren plagiar la marca?

Entrevistado: Ah, pues porque ya nos la pidieron.

Entrevistadora: ¿De veras? ¿La Secretaría de qué?

Entrevistado: La Secretaría de Economía. Quieren hacer una denominación de origen. Así que nos pagarían por el logo... algo como regalías, ¿no? Recuerda que es una plataforma. Una plataforma tiene muchas ideas, muchas personas. En todo México somos 182 grupos, situaciones o individuos. Y 182 son muchos. Ya tenemos una revista electrónica llamada *La Tuza Golosa*, que ya conoces. Y, bueno, pues nos estamos moviendo. Con o sin logo, seguimos produciendo. El problema es que no queremos quemar el logo antes [de tiempo], porque alguien podría plagiarlo.

¹⁰ Por varios años, Gioanetto encabezó la delegación mexicana de Bioagricert, la organización italiana de certificación orgánica que fundó, hace un año y en colaboración con los productores locales, un organismo de certificación biorregional llamado Metrocert, afiliado mundialmente al Instituto Internacional de Certificación Ética y Ambiental (International Institute for Ethical and Environmental Certification, ICEA). El propio Gioanetto es productor de variedades tradicionales de maíz (entrevistas del 22 de mayo de 2007 y el 6 de mayo de 2008).

Entrevistadora: Este concepto, por ejemplo, de que la Secretaría de Economía quiere hacer una denominación de origen ¿es interesante para ustedes?

Entrevistado: No, no es interesante porque, a fin de cuentas, alguien de afuera tiene el control. Queremos que sean los propios productores quienes controlen las cosas. Una cosita más... de lo que entiendo sobre los alimentos locales aquí en Toronto, me parece... no lo sé bien... es importante, Amber: la marca Coyote Rojo no es una simple etiqueta que pones en tu empaque o tu producto. Es una manera de vivir en el terreno, de producir en el terreno, que será reconocida, de modo que la gente sepa: existe un aspecto económico, muy bien, pero al mismo tiempo es una manera de entender que estamos produciendo algo que va más allá de lo orgánico. Estamos produciendo algo de una manera distinta.

(Entrevista, 22 de mayo de 2008).

La Sedagro ha anunciado que dará apoyo a la producción de alimentos básicos y sigue adelante con su proyecto de composta (biofertilizante). Estos esfuerzos no sustituirán ni la producción agrícola general de “calidad” convencional, ni la producción para los mercados de exportación. Sin embargo, estas iniciativas son importantes porque constituyen alternativas viables para conservar los medios de subsistencia humana y prevenir la emigración; para seguir produciendo variedades y especies nativas de importancia ecológica; y para ayudar a preservar la integridad ecológica de la biorregión en donde se llevan a cabo, para no hablar de la importancia de la cultura regional, incluyendo la cocina, para sostener a las poblaciones en el campo. Es probable que el surgimiento simultáneo de estas iniciativas constituya la señal de un cambio de conciencia hacia un concepto colectivo de la calidad.

CONCLUSIÓN

México sigue siendo, de muchas maneras, un referente paradigmático de la dinámica del sistema alimentario. El estudio de caso presentado revela el modo en que los conflictos globales en torno a la calidad y la normatividad se reflejan en una región específica. En los estudios sobre alimentos, el sistema alimentario se nos presenta de manera dicotómica: convencional o alternativo. La existencia de conceptos variables de calidad, relacionados

con normas diversas, indica que la línea entre lo convencional y lo alternativo es difusa. Todos los aguacates que llegan a los mercados de exportación cumplen con ciertas normas de calidad y seguridad para satisfacer las demandas de los consumidores, así como con los requisitos de rastreabilidad que exigen los mercados del Hemisferio Norte. No obstante, el significado de calidad y sus repercusiones en las comunidades de los productores y en los ecosistemas regionales son muy variables. El presente estudio de caso ejemplifica el modo en que compiten distintos paradigmas de conocimiento, poder y regulación al coexistir en un mismo lugar. Los productores de aguacate de Michoacán cumplen con toda una variedad de normas de “calidad”, cuyas definiciones van desde lo exclusivamente estético hasta lo orgánico (y casi siempre en forma de monocultivos). En la misma región geográfica, el proyecto del Coyote Rojo representa una estrategia alternativa para verificar la calidad.

Para las normas en el extremo convencional del espectro, calidad se refiere a una forma limitada de métodos de producción y cosecha y a los atributos estéticos de la fruta. En congruencia con las tendencias de la agricultura convencional, estas normas de calidad tienen un efecto “desterritorializador”. Normas que fueron creadas en lugares y culturas específicas (p. ej., Estados Unidos o Europa) se están aplicando a una parte muy limitada del proceso de producción, a medida que los comercializadores y consumidores de mercados distantes se apropian de los ecosistemas de Michoacán. Sin embargo, en la medida en que se avanza en el *continuum* del significado de calidad, éste va ampliando, en la medida en que los productores se involucran en menor o mayor grado en las normas de GlobalGAP o de la producción orgánica.

El concepto más amplio de calidad coincide con la marca biorregional Coyote Rojo, cuyas normas, aunque basadas en criterios orgánicos, se complementan con normas locales basadas en los métodos de producción tradicionales y en el reconocimiento de los límites de los recursos naturales de la región. La reorganización territorial es máxima cuando la agricultura está inserta en un entorno de “soporte vital”.

Las diferentes normas dictan distintos métodos de producción, los que influyen, a su vez, en los conceptos de calidad de los productores, así como en los agroecosistemas y en su relación con ellos. Los bloques de poder regionales (sobre todo los de Estados Unidos y la UE) están en competencia por imponer su definición de “calidad”, como se aprecia en las opciones entre las normas que los productores de aguacate pueden elegir

para certificarse. Para algunas personas, estos cambios han significado una gran oportunidad. Pero la implementación adecuada de la normatividad no es uniforme en toda la región productora de aguacate. Además, tanto los productores como los habitantes en general enfrentan vulnerabilidades ambientales y económicas. Una pequeña iniciativa local, surgida de la comunidad indígena purépecha, ha emergido en un pequeño espacio. Este proyecto biorregional, que está en sus primeras fases, se resiste a ser sofocado por intereses más poderosos que pretenden aprovechar la tendencia al consumo de alimentos tradicionales vinculados a un lugar y —si algo hemos aprendido sobre la inserción de métodos alternativos en la corriente principal del pensamiento— sabotearlo (véase Guthman, 2004). El reciente anuncio de apoyo por parte de la Secretaría de Desarrollo Agropecuario estatal para la producción de granos básicos, así como la continuidad de su proyecto de biofertilizantes, son indicios de que pudieran estar surgiendo apoyos para un concepto de calidad más amplio y que relacione la calidad de los alimentos y la agricultura con la calidad de vida.

REFERENCIAS

- Appendini, Kirsten, 1994. Transforming food policy over a decade: The balance for Mexican corn farmers, en Cynthia Hewitt de Alcántara (coord.), *Economic Restructuring and the Rural Subsistence in Mexico. Corn and the Crisis of the 1980s*, San Diego, United Nations Research Institute of Social Development (UNRISD), Centro Tepoztlán.
- Barndt, Debora, 2002. *Tangled Routes: Women, Work and Globalization on the Tomato Trail*, Aurora, Garamond Press.
- Barry, Tom, 1995. *Zapata's Revenge: Free Trade and the Farm Crisis in Mexico*, Boston, South End Press.
- Busch, Lawrence, 2000. The moral economy of grades and standards, *Journal of Rural Studies* 16: 273-283.
- Busch, Lawrence, y Carmen Bain, 2004. New! improved? The transformation of the global agrifood system, *Rural Sociology* 69 (3): 321.
- Campbell, Hugh, 2005. The rise and Rise of EUREPGAP: European (re) invention of colonial food relations, *International Journal of Sociology of Food and Agriculture* 13 (2), diciembre.
- Carlsen, L., 2003. The Mexican experience and lessons for WTO negotiators on the agreement on agriculture, International Hemispheric Resource Centre, Present-

- tation to the European Parliament, en <http://americas.irc-online.org/commentary/2003/0306eu_body.html>.
- Coyote Rojo [s.f.], Reglamento para la certificación territorial biorregionalista Jiuatzi. Nurio, Michoacán, Mexico, Coyote Rojo.
- Davis, Benjamin, 2000. The adjustment strategies of Mexican ejidatarios in the face of neoliberal reform, *Cepal Review* 72: 99-118.
- FAO, 2004. Voluntary Standards and Certification for Environmentally and Socially Responsible Agricultural Production and Trade, en <<http://www.fao.org/docrep/007/y5763e/y5763e00.htm>>.
- Friedmann, Harriet, 1995. The international political economy of food: A global crisis, *International Journal of Health Services* 25 (3): 511-538.
- Friedmann, Harriet, y Amber McNair, 2006. The shooting star of *Codex Alimentarius*: A food regime interpretation, Presentado en la sesión RC40 'Barcoding the Future?' International Sociological Association, Durban, Sudáfrica, julio de 2006.
- Friedmann, Harriet, y Amber McNair, 2008. Whose rules rule? Contested projects to certify "Local Production for Distant Consumers", *Journal of Agrarian Change* 8 (2 y 3), abril y julio 2008: 408-434.
- Goodman, David, y Michael Watts, 1997. Agrarian questions: Global appetite, local metabolism; nature, culture and industry in fin-de-siecle agro-food systems, en D. Goodman y M. Watts (eds.), *Globalising Food*, Nueva York, Routledge.
- Guthman, Julie, 2004. *Agrarian Dreams: The Paradox of Organic Farming in California*, Berkeley, University of California Press.
- Hanson, C.B., y M. Wackernagel, 1999. Rediscovering place and accounting space: How to re-embed the human economy, *Ecological Economics* 29 (2): 203-213.
- Hatanaka, Maki, y Lawrence Busch, 2008. Third party certification in the global agrifood system: An objective or socially mediated governance mechanism?, *Sociologia Ruralis* 48 (1), enero.
- Henson, S., y T. Reardon, 2005. Private agri-food standards: Implications for food policy and the agri-food system, *Food Policy* 30 (3), junio: 241-253.
- Hewitt de Alcantara, Cynthia, (ed.), 1994. Introduction: Economic restructuring and rural subsistence in Mexico, *Economic Restructuring and Rural Subsistence in Mexico*, San Diego, University of California Press-UNRISD, Centro Tepoztlán.
- Higgins, V., J. Dibden y C. Cocklin, 2008. Building alternative agri-food networks: certification, embeddedness and agri-environmental governance, *Journal of Rural Studies* 24: 15-27.
- Konefal, Jason, Michael Mascarenhas y Maki Hatanaka, 2005. Governance in the global agro-food system: Backlighting the role of transnational supermarket chains, *Agriculture and Human Values* 22: 291-302.
- Marsh, R.R., y D. Runsten, 1995. The potential for small holder fruit and vegetable production in Mexico: barriers and opportunities. Ponencia presentada

- en el XIX Congreso Internacional de Latin American Studies Association, Washington.
- Marsden, Terry, Jo Banks, y Gillian Bristow, 2000. Food supply chain approaches: Exploring their role in rural development, *Sociologia Ruralis* **40** (4): 424-438.
- Morgan, Kevin, Terry Marsden y Jonathan Murdoch, 2006. *Worlds of Food: Place, Power and Provenance in the Food Chain*, Nueva York, Oxford University Press.
- Nadal, Alejandro, 2006. Mexico's corn-producing sector: A commentary, *Agriculture and Human Values* **23**: 33-36.
- Navarro, América Juárez, 2007. Michoacán, en los primeros lugares en pérdida de bosques, *Cambio de Michoacán*, 28 de mayo, consultado abril 7, 2008, en <<http://www.cambiodemichoacan.com.mx/vernota.php?id=62902>>.
- Pietrykowski, B., 2004. You are what you eat: The social economy of the slow food movement, *Review of Social Economy* **42** (3): 307-21.
- Reardon, Thomas, *et al.*, 2001. Global changes in agrifood grades and standards: agribusiness strategic responses in developing countries, *International Food and Agribusiness Management Review* **2** (3-4): 421-435.
- Sage, Collin, 2003. Social embeddedness and relations of regard: Alternative "good food" networks in south-west Ireland, *Journal of Rural Studies* **19**: 47-60.
- Sanderson, Steven E., 1986. *The Transformation of Mexican Agriculture: International Structure and the Politics of Rural Change*, Princeton, Princeton University Press.
- Stanford, Lois, 2002. Constructing "quality": The political economy of standards in Mexico's avocado industry, *Agriculture and Human Values* **19** (4): 293.
- Tanaka, Keiko, y Lawrence Busch, 2003. Standardization as a means for globalizing a commodity: The case of rapeseed in China, *Rural Sociology* **68** (1): 25-45.
- Vandergeest, Peter, 2005. Agrarian Studies and Networks. Documento no publicado.

6 SUPERMERCADOS, TIENDAS "DE CONVENIENCIA" Y DE ABARROTES: ¿RETO O NICHOS DE OPORTUNIDAD PARA LOS QUESOS TRADICIONALES?

Guadalupe Rodríguez Gómez

El queso, ese producto más o menos blando y compacto, de color blanquecino o amarillento, presente en casi todas nuestras comidas, sigue siendo un gran desconocido para muchos. La razón principal es que la vida en las ciudades y el consumo de quesos producidos industrialmente conllevan el desconocimiento de las materias primas y de la elaboración artesanal. El conocimiento profundo del queso suele estar restringido a especialistas en gastronomía, a productores y a habitantes de zonas en las que tradicionalmente se ha elaborado de forma artesanal.

LUISA KIRCHEIM, 2008

Las cadenas de supermercados nacionales y transnacionales han venido ejerciendo una influencia creciente en la dieta y la cultura alimentaria del México urbano y semi-urbano en las últimas dos décadas. Desde luego, éste no es un fenómeno exclusivo de nuestro país, sino que ocurre con similar intensidad en otros muchos países también inmersos en el actual proceso globalizador. El supermercado¹ rampante, aunado a la rápida expansión de las llamadas tiendas de conveniencia (i.e., Oxxo, 7 Eleven, Extra), así como la fuerte concentración urbana, han llevado a que los sectores populares, las clases medias y las clases altas mantengan una demanda sostenida de alimentos industrializados masificados, estandarizados y relativamente baratos.

Paradójicamente, en el occidente del país se ha elevado el consumo de productos artesanales elaborados regionalmente. Este proceso se ha acompañado por la multiplicación de tiendas de abarrotes;² del incremento de tiendas de convivencia en zonas semiurbanas o rurales, particularmente de

¹ Este término se refiere a la sorprendente expansión de las cadenas de autoservicio que se ha dado en Latinoamérica, en general, y en México, en particular, desde los años noventa a la fecha (Lara Cortés y Wiff, 2005).

² En los pequeños pueblos semi-urbanos y rurales se llegan a encontrar, en ocasio-

la cadena Oxxo; así como de la reciente introducción de secciones de abarrotes y salchichonera en algunas cadenas de farmacias en las áreas urbanas. Todos ellos son nuevos espacios de comercialización que conviven con los mercados públicos y tianguis de comercio informal. Esta amplia gama de espacios de venta a detalle, a la par de los supermercados urbanos, satisfacen la voracidad, hoy por hoy, de la demanda diversificada de alimentos.

El caso de los quesos frescos artesanales de la región circundante a las ciudades de Guadalajara y Tapatilán ilustra las dinámicas de este complejo proceso del consumo, en el cual se entretajan la fluidez de la producción, comercialización, distribución y oferta con la demanda de alimentos altamente industrializados, así como de alimentos artesanales. Estos últimos se distinguen por objetivar sistemas locales de producción, a la par que representan formas de vida populares que se reproducen, conservan o reinventan dando nuevos significados a los saberes, quehaceres, sabores, productos, olores, texturas, técnicas y tecnologías. Esto es, los quesos artesanales materializan una amplia gama de valores tradicionales resignificados.

Como parte de estos procesos de revalorización de lo tradicional, se ha multiplicado de forma significativa la oferta de productos lácteos industrializados que imitan, de manera legal o fraudulenta, los quesos artesanales “reales” o “auténticos”.

La ampliación de la variedad y presencia de establecimientos de comercio minorista han permitido que crezca y se diversifique la oferta de quesos artesanales tanto de auténticos como de imitaciones fraudulentas; la cual responde, a su vez, a la heterogeneidad y creciente demanda del grupo consumidor. Las tiendas de abarrotes, los mercados públicos, los tianguis y, últimamente, algunas cadenas de farmacias y tiendas *gourmet* son los espacios en los que se comercializan los quesos artesanales que aún se producen en los distintos sistemas agroalimentarios de las regiones aledañas a Guadalajara.

En este sentido, la especificidad del capitalismo globalizado en la región ha abierto nuevos espacios de oportunidad para que se revalorice la tradición agroalimentaria. Ésta se reposiciona en términos simbólicos y materiales al recibir nuevos significados y, con ello, valor agregado. En estos

nes, más de tres pequeñas tiendas de abarrotes. Este fenómeno se atribuye a la inversión de remesas o de ahorros de migrantes retornados, así como a la inversión de los recursos obtenidos del Programa de Oportunidades (Rodríguez Gómez, 2006, notas de campo).

casos, los criterios de calidad, en tanto forma cultural multivocal, deben verse como una oportunidad para que los pequeños y medianos productores de quesos artesanales no sólo puedan sobrevivir, sino hacerse de nichos de mercado alternos.

Sin embargo “la calidad”, en sus múltiples significados, es el factor que determinan dichas oportunidades para distintos grupos de productores y comercializadores, y que finalmente segmenta al mercado y a los productores, como se argumenta en este capítulo.

Los productos lácteos ofertados por los supermercados se rige por los estándares de calidad que han impuesto las regulaciones transnacionales de sanidad e inocuidad alimentaria las cuales son capturadas y legitimadas por las regulaciones mexicanas. La calidad de los quesos artesanales se reconoce por su supuesta elaboración con “leche bronca”, “a mano” o en “ranchos”. Por supuesto, la calidad también se reconoce por el sabor, el olor y la consistencia. Como señala un ganadero experimentado: la calidad de un queso “depende de la calidad de la leche” que se utilizó para elaborarlo.

Los supermercados y las tiendas de conveniencia no venden quesos producidos en los ranchos de las inmediaciones. En cambio, las tiendas de abarrotes sí ofrecen un número y variedad significativa de los productos locales. Los supermercados aducen, como justificación de su política, que “los quesos elaborados en los ranchos no son de leche pasteurizada”,³ por ello, continúan: “no son quesos buenos, pues pueden enfermar a los consumidores”.

La calidad sanitaria transnacionalizada —leído *stricto sensu* exigencia de leche pasteurizada como insumo básico— es en principio la forma cultural que impide el acceso de los quesos artesanales locales a los supermercados. Paradójicamente, crece su presencia en las tiendas de abarrotes y en los distintos mercados populares urbanos, a la par que en las tienditas rurales y en espacios semiurbanizados. Cuatro preguntas me sirven de hilo conductor en la discusión de este capítulo:

1] ¿Es la calidad, enarbolada por las agroindustrias y legitimada por las instituciones estatales, la forma cultural de la globalización que limita el mercado de los queseros artesanales regionales? De ser este el caso, ¿en qué forma se materializa y se legitima la calidad?

³ La pasteurización es “el proceso al cual es sometido el producto a una adecuada relación de temperatura y tiempo para destruir cualquier forma de vida que sea nociva para la salud” (NOM-035-SSA1-1993, numeral 3.15) (DOF, 1995).

2] ¿Cómo se incorporan la salud, la higiene y la inocuidad en las especificaciones, las formas de medir y de evaluar la calidad de los productos agroalimentarios?

3] ¿Tienen estos criterios algún papel en la decisión del supermercado o distribuidor de alimentos para facilitar o prohibir el acceso a sus anaqueles?

4] ¿Cómo contribuyen los queseros a la construcción de desarrollos locales alternativos frente a los promovidos por la supermercadoización urbana?

Estas preguntas buscan aprehender la interconexión entre los cambios en los sistemas agroalimentarios, las ideas y las prácticas de calidad y consumo diversificado, a sabiendas de que estos procesos ocurren en campos dinámicos de poder. Estos procesos dialógicos se examinan en relación a la fluidez y la heterogeneidad/especificidad del proceso de globalización neoliberal, así como del desarrollo diferencial del mercado interno mexicano.

Sobre la base del trabajo etnográfico que he realizado en Guadalajara y en el área rural y semiurbanizada entre esta ciudad y Tepatitlán,⁴ este capítulo muestra cómo la globalización es apropiada por queseros artesanales,

⁴ Este ejercicio se sustenta en los siguientes pasos: 1] Dos años de investigación etnográfica con los cuatro productores de quesos artesanales de Acatic, Jalisco, con cuatro de los ocho queseros de este tipo en Tepatitlán y con dos queseros de Huimanguillo, Tabasco. El trabajo incluyó i] observación participativa de los procesos de elaboración; ii] observación participativa y breves entrevistas semiestructuradas en los circuitos de distribución/comercialización en las tienditas de las rancherías y poblaciones semiurbanas, Acatic y Tepatitlán, en las cuales los queseros colocan sus productos; así como iii] entrevistas semiestructuradas a miembros de las distintas unidades de producción de queso artesanal, y iv] breves entrevistas semiestructuradas a los comerciantes y clientes que compran la mercancía. 2] Tres años de observación participante en supermercados, tiendas de abarrotes, tiendas *gourmet*, carnicerías-fruterías, tianguis, mercados públicos y restaurantes de Guadalajara en sectores trabajadores, de clase media y media alta previamente seleccionados. 3] Entrevistas con el presidente de la Cámara Nacional de la Calidad de la Leche, así como con líderes nacionales y estatales, técnicos especializados en leche del sector privado y público. El estudio se completó mediante: i] análisis físicoquímicos de quesos adquiridos en los ranchos estudiados; ii] catas de queso con pequeños grupos de actores seleccionados por clase; iii] consulta de las fuentes oficiales (nacionales e internacionales) relacionadas con la producción, comercialización y etiquetado de leche de calidad y de sus derivados; *iiia*] estudios monográficos y de divulgación sobre los quesos y los supermercados, dentro y fuera del país; iv] el análisis de leyes y programas mexicanos e internacionales (*i.e.*, Estados Unidos, Unión Europea, FAO, OMC) en relación con los siguientes temas: la calidad e inocuidad de los alimentos, la agricultura y el desarrollo rural, la etiquetación y comercialización de productos alimentarios y la salud.

agroindustrias de lácteos, supermercados y tiendas de abarrotes, así como por los consumidores, de modo tal que estos distintos actores reconfiguran los sistemas locales agroalimentarios sobre la base de la cualidad multivocal de la calidad.

EL PROBLEMA

El verano de 2006 se inauguró con varias ferias de queso que llevaron a cabo diferentes cadenas de supermercados ubicados en el occidente de México. En ese marco, algunos empleados daban a probar trocitos de panelas, adoberas o de quesos redondos. Los clientes estaban familiarizados con los nombres, pues se ofrecían “quesos frescos” tradicionales de la región, en particular de las cuencas lecheras de Los Altos de Jalisco y la Ciénega de Chapala. Resulta paradójico que los productos no fueran de manufactura local, ni regional, ni siquiera habían sido producidos por queseros artesanales de la región.

La degustación tenía el objetivo de reproducir sabores familiares. Se trataba de productos industrializados, cuyo sabor y forma imita, con mayor o menor fortuna, los quesos artesanales de la zona. Las adoberas y las panelas vendidas en los supermercados de Jalisco son elaboradas por las grandes compañías agroindustriales mexicanas (*i.e.*, Lala, Alpura, La Esmeralda-Glia, La Mesa, Grupo Chen) o por importantes elaboradoras de lácteos regionales (*i.e.*, Cremería Aguascalientes); transnacionales con fábricas en México (*i.e.*, Nestlé, Kraft Foods) o en el extranjero (New Zealand Milk Products); o por industrializadoras mexicanas que abastecen quesos extranjeros que comercializan las grandes cadenas de distribución al menudeo (algunos tipos de queso de la línea “El Ciervo” de La Esmeralda). Por ello, y aunque nunca se les aclaró a los prospectivos degustadores, las etiquetas portan leyendas como “queso tipo adobera” o “queso tipo panela”.

Según la norma oficial mexicana, la denominación “queso” es aplicable a los “productos elaborados a partir de “leche estandarizada y pasteurizada de vaca o de otras especies animales” (NOM-035-SSA1-1993, Bienes y Servicios. Quesos de suero, numeral 3.18).⁵ Los quesos frescos “son productos que cumplen en general lo señalado en el punto 3.18 y se caracterizan por

⁵ DOF, 1995. Un queso, afirma Jenkins, puede ser clasificado de distintas maneras: 1] por el proceso o receta mediante la cual se elabora; 2] por el tipo de leche que se usa como insumo principal; 3] por la textura interna del producto; 4] por la apariencia y textura de su corteza; 5] por su sabor, entre otras (1996: 11; véase también Harbutt, 1998).

RECUADRO 1
NORMALIZACIÓN Y CONTROL DE CALIDAD

- Si bien existen diversas normas oficiales mexicanas vinculadas con la producción de lácteos, *éstas enfatizan sus aspectos sanitarios y no la calidad de los bienes producidos.*
 - Para el caso de la leche fluida, y a pesar de la existencia de la NOM-155-SCFI-2003 que determina las denominaciones, específicamente físico-químicas, información comercial y métodos de prueba, *ésta no se aplica de manera estricta y menos aún se verifica su cumplimiento.*
 - *Lo anterior genera múltiples distorsiones en el mercado de leche y productos lácteos, como lo reportó en 2006 la Procuraduría Federal del Consumidor.*
- Fuente: *Gea Structura*, 2008: 45.⁶

tener un elevado contenido de humedad, sabor suave y carecer de corteza... y presentar un periodo de vida de anaquel corto, requiriendo refrigeración” (*ibid.*, numeral 3.19).

Con respecto a los quesos frescos artesanales, la observación sistemática de la información de contenido y nutricional de las etiquetas, así como la investigación participativa en queserías artesanales me faculta para afirmar que los quesos frescos artesanales son aquellos que se elaboran 1] con base en “leche entera de vaca”, 2] en pequeños volúmenes, y 3] de acuerdo con saberes y quehaceres tradicionales, con implementos a la usanza de antaño hechos ahora con materias primas (*i.e.*, el cuajo industrializado), técnicas y tecnologías que permiten la producción en condiciones higiénicas.

Los quesos “tipo X” o “imitación queso X”, que son literalmente imitaciones de los quesos artesanales, no cuentan con una definición en el marco normativo mexicano.

Los quesos “tipo X” se elaboran 1] “a partir de agua, almidón, grasas vegetales, casína o casinatos (caseína sintética) y sales fundentes, entre otros aditivos” (Revista del Consumidor Noviembre, 2006: 29); 2] en grandes volúmenes; 3] conforme a prácticas tradicionales ya modernizadas, y 4] siguiendo patrones transnacionales de calidad. En todos los casos analizados, la etiqueta tipo adobera o tipo panela señala que se usó leche 100% de vaca, pasteurizada en su elaboración. La definición de los quesos procesa-

Para este especialista es, de hecho, prácticamente imposible encontrar el método clasificatorio más *ad hoc*, el cual contenga el menor número de excepciones posible.

⁶ Estrategias para aumentar la competitividad de la cadena productiva de leche en México. Estudio preparado para Firco y Anglac, en <www.sagarpa.gob.mx>.

dos sí se incluye en la normatividad.⁷ Éstos, si bien cumplen las características de “quesos” marcadas por el artículo 3.18, se diferencian de los primeros al “ser elaborados de mezclas de quesos, fusión o emulsión con sales fundentes, aditivos para alimentos permitidos e ingredientes opcionales, sometidos a proceso térmico de 70 °C durante 30 segundos..., lo que le permite prolongar su vida de anaquel” (*ibid.*, numeral 3.21).

Finalmente, la normatividad excluye la definición de los quesos análogos. Éstos son los que en muchos casos se ostentan como quesos artesanales, aunque son sólo imitaciones baratas y de dudosa calidad. En el etiquetado, si acaso lo tienen, no notifican al consumidor que son productos “tipo” o “imitación”. Menos aún especifican que se elaboran con base en sustitutos de leche, tales como grasas, harinas vegetales o lactosuero. Por ello, aunque parecen quesos, no lo son. Suelen venderse en las tiendas de abarrotes y en espacios públicos formales e informales de mercadeo y compiten con los quesos tradicionales de forma desleal: los imitan, al hacerlo roban su nombre, identidad y singularidad y, con ello, se apropian fraudulentamente de su valor agregado. Esto es, no sólo se ofrecen al consumidor usurpando el nombre del producto original sino a precios más bajos.

El poder innegable de las compañías elaboradoras de productos lácteos no es lo que explica la ausencia de los quesos artesanales locales en los supermercados. Tampoco lo explican las hipotéticas alianzas que pudieran entretejer con las grandes cadenas de distribución al menudeo. Obedece a que estos productos, a diferencia de los industrializados, supuestamente no garantizan la inocuidad alimentaria. Mientras que las etiquetas de los quesos industrializados explicitan que son productos de “leche entera pasteurizada”, las de los quesos artesanales, si acaso se las ponen, indican que el principal ingrediente es “leche 100% de vaca” o “leche entera 100% de vaca”. Esto significa que el insumo básico de los quesos artesanales no se halla sujeto a proceso alguno de higiene y sanidad de la leche en los términos que marca la normatividad; por ello, no hay forma de garantizar la calidad del producto y, por tanto, la salud del consumidor. De ahí que se les considere alimentos sin calidad.

Lo anterior lo confirmaron nuestras entrevistas en la sección de lácteos de los supermercados: las panelas, adoberas y quesitos redondos no se

⁷ Una de las características que distingue a los quesos artesanales de su contraparte procesada o industrializada es su falta de “identidad regional”, el contenido y la concepción final del producto (Ettingler, 2007: 3).

ofertan porque son elaborados con leche bronca y pueden enfermar a sus clientes. Así se excluyen de este segmento del mercado, a diferencia de la variedad de quesos elaborados con base en leche bronca en Europa.

Es innegable que los quesos artesanales de la región se elaboran con leche sin pasteurizar. Lo que no queda claro, al menos con base en las estadísticas de salud pública disponibles, es qué porcentaje de estos quesos han transmitido enfermedades a sus consumidores hasta la fecha, como manifiestan los empleados de los supermercados y clama el discurso oficial. Al respecto, un técnico de calidad me confesó: “carecemos de estadísticas en esta línea” (S.S., entrevista 2007). Es importante apuntar, justo en este momento de la discusión, que esta preocupación y estrategias a propósito de la calidad sanitaria no son privativas de México, aparece aun en países muy interesados en la inocuidad alimenticia, por ejemplo, en Estados Unidos. Hace no tanto tiempo un especialista comentó en esta línea:

El queso puede ser elaborado con la leche de cualquier mamífero. Los quesos mejores y más sabrosos se hacen con leche fresca, bronca, justo como sale del animal, viva y llena de organismos que son, por suerte, muy percederos y vulnerables a la contaminación. Cuando el microbiólogo francés Louis Pasteur eliminó el riesgo de la leche fresca con su invento del proceso de pasteurización, fue un gran día para la humanidad, pero una fecha triste para muchos de los grandes quesos del mundo (Jenkins, 1996: 2).

En cambio, lo que sí está documentado es que el ganado del que proviene el grueso de la leche utilizada como insumo básico en Los Altos de Jalisco y la Ciénega de Chapala no está aún libre de tuberculosis, ni de brucelosis (entrevista con funcionario de la Unión Ganadera Regional del Estado de Jalisco 2007, comunicación personal).⁸ Por esta razón, explican las autoridades, es indispensable que se pasteurice la leche. La pasteurización, continúa el discurso, es el único medio capaz de eliminar las bacterias dañinas provenientes de “vacas enfermas”. Paradójicamente, un estudio reciente sobre las calidades de leche que se producen en Jalisco mostró que este producto está a la altura de lo que demanda la normatividad internacional, según afirma el especialista citado. Resulta imperativo conocer el sustento

⁸ Según el Mapa Epidemiológico 2008, elaborado por la Comisión Estatal para la Erradicación de la Tuberculosis y Brucelosis, estas enfermedades del ganado están ya bajo control, aunque no ha sido avalado su estado por el Departamento de Agricultura de EUA. <http://www.ugrj.org.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=194&Itemid=367>.

“técnico” en lo que se refiere a la exigencia de leche pasteurizada como requisito fundamental para que los quesos frescos artesanales de las regiones aledañas a Guadalajara puedan ser considerados “productos de calidad” y, con ello, acceder a nichos de oportunidad en diversos mercados y con mayor valor agregado. No se puede olvidar que los quesos artesanales (al igual que los quesos “procesados” o industrializados” supuestamente elaborados con “leche entera de vaca 100%”) tienen en las vacas su punto de partida.

La ausencia de quesos frescos artesanales regionales en los supermercados parece concordar con el significado que en nuestro país se le ha otorgado a la calidad de los alimentos: los estándares que rigen el mercado agroalimentario global. En este caso, los criterios de calidad explícitos son la higiene e inocuidad de los productos y, por tanto, la atención a la salud pública y a la nutrición (NOM-1221-SSA1-1994). Los estándares globalizados de calidad adoptados por las cadenas de supermercados y legitimados por las normatividades del Estado mexicano, al parecer obstaculizan el acceso de los productos lácteos artesanales de la región a los centros de distribución minorista masivos. En otras palabras, se trata de una alegada preocupación por la inocuidad alimentaria, envuelta en un aparente interés por la salud de los consumidores. El interés de las autoridades es “aparente”: más de 70% de la oferta de alimentos se da al margen de los grandes canales de distribución, como tiendas de abarrotes, carnicerías, tianguis y mercados públicos; sólo 30% se lleva a cabo en los supermercados (Lagarde y Almaquer, 2006). Esto explica que el consumo de quesos artesanales se encuentra muy extendido, a pesar de que escapa a los controles y vigilancia de calidad sanitaria y, por ende, en la práctica pueda (o no) ser un alimento de dudosa calidad.

No conviene olvidar que la calidad es una construcción tecnológica, así como una forma de poder (Rodríguez Gómez, 1998, 1999, 2002, capítulo 1 de este libro). En este sentido, Marion Nestle mostró que la inocuidad alimentaria es una cuestión política (Nestlé, 2003: 1). La calidad de los alimentos, los insumos y los procesos mediante los cuales estas mercancías se producen distan de ser criterios neutrales, “objetivos” o arbitrarios (Rodríguez Gómez, 1998). El que las grandes compañías esgriman e impongan criterios de calidad para la venta de quesos artesanales en los supermercados es un ejercicio de poder de estos actores dominantes sobre los queseros regionales en tanto grupos subalternos. Las agroindustrias echan mano de esta estrategia como una forma más de enfrentar, o al menos neutralizar, la competencia que para sus productos masificados representan los quesos

frescos artesanales y los análogos de la región. Iría más allá sugiriendo que el ejercicio de poder que llevan a cabo estos poderosos agentes esgrimiendo la calidad les permite apropiarse no del producto *per se* sino, más importante aún, del nicho de mercado y del valor agregado que les corresponde a estos bienes agroalimentarios por su especificidad.

El ejercicio de poder de las agroindustrias sobre la leche y los productores lácteos vía la estandarización de la calidad siguiendo los cánones del mercado global fue legitimado formalmente por el Estado mexicano en 1994 como parte de la apertura comercial y en respuesta a la creciente pugna entre las lecheras por el control del mercado doméstico de lácteos y derivados (Rodríguez Gómez, 1998). La Secretaría de Salud Pública echó a andar la maquinaria intersectorial del Estado que apoyaría la implementación de dos leyes dirigidas a regular la elaboración y venta de lácteos de calidad: 1] la NOM-091-SSA1-1994, “Bienes y servicios. Leche pasteurizada de vaca. Disposiciones y especificaciones sanitarias” (DOF, 21 de febrero de 1996), y 2] la NOM-121-SSA1-1994, “Bienes y servicios. Quesos: frescos, madurados y procesados. Especificaciones sanitarias” (DOF, 23 de febrero de 1996). La primera de estas regulaciones se centra en la defensa de la salud pública vinculada al consumo de leche y quesos pasteurizados. Mediante la segunda de estas formas jurídicas, el Estado establece como la única práctica legítima para la manufactura de quesos el uso de leche pasteurizada. En el marco de esta ley, los quesos no elaborados con este tipo de leche no son alimentos de calidad, ni inocuos. Esta cualidad clasificatoria y, por tanto excluyente, representa una forma más de control y poder del Estado neoliberal y de las agroindustrias aliadas con él. Curiosamente, el artículo 11 de dicha ley, al igual que el artículo 14 de la ley de quesos, señala que dicha forma jurídica no está homologada con las regulaciones internacionales. Así pues, la calidad que se persigue y legitima a los quesos “procesados” o “industrializados” en detrimento de los artesanales no se rige aún por estándares internacionales.

LOS QUESOS MEXICANOS

Los quesos artesanales han formado parte de las dietas y las técnicas culinarias mexicanas desde que los españoles trajeron el ganado al Nuevo Mundo, sin distinciones de clase o residencia urbana y rural. Hoy por hoy México cuenta con 25 variedades de “quesos mexicanos genuinos”, de los

RECUADRO 2
CLASIFICACIÓN DE QUESOS MEXICANOS
SEGÚN LA NORMATIVIDAD NACIONAL

Frescos

- *Frescales*: panela, canasto, sierra, ranchero, fresco, blanco, enchilado, adobado.
- *De pasta cocida*: Oaxaca, asadero, mozzarella, del morral, adobera.
- *Acidificados*: cottage, crema, doble crema, petit Suisse, nuefchatel.

Madurados

- *Madurados prensados de pasta dura*: añejo, parmesano, cotija, reggianito.
- *Madurados prensados*: Cheddar, Chester, Chihuahua, Manchego, Brick, Edam, Gouda, Gruyere, Emmental, Cheshire, Holandés, Amsterdam, Butterkase, Coulo-miers, Danbo, Erom, Friese, Fynbo, Havarti, Harzer-Kase, Herrgardsost, Huskallsost, Leidse, Maribo, Norvergia, Provolone, Port Salut, Romadur, Saint Paulin, Samsoe, Svecia, Tilsiter, Bola, Jack.
- *De maduración con mohos*: azul, cabrales, camembert, roquefort, danablu, limbur-go, brie.

Procesados

- Fundidos.
- Fundidos para untar.

NOM-1221-SSA1-1994

cuales 17 son elaborados artesanalmente (Cervantes Escoto *et al.*, 2008: 1, 27; véase también Villegas de Gante, 2003). Mas, según la normatividad oficial, los mexicanos consumimos más de 50 variedades de origen, de importación o de imitación de ambos (véase el recuadro 2).

Cerca de 90% de los hogares consume queso (*Mundo Lácteo y Cárnico*, enero-febrero de 2007, <<http://www.alimentariaonline.com>>). Las preferencias por tipo de queso son: el manchego y la panela en el Distrito Federal; la adobera y el Oaxaca en Guadalajara; y el asadero y el americano en Monterrey (*idem*).

En la última década, la producción de quesos se ha elevado significativamente, siguiendo el patrón de aumento en el consumo interno de leches y derivados lácteos (Coordinación General de Ganadería, Sagarpa, 2009: 39-40). Se estima que la producción de quesos creció poco más de 34% en el periodo 2005-2010, mientras el consumo se incrementó 17% (USDA 2010, en <<http://www.fas.usda.gov/htp/072110DairyFull.pdf>>). En 2009, el destino de 15.7% de la leche fluida producida en México lo constituyó la elaboración de quesos industrializados, mientras que 17% se destinaba a otros produc-

Cuadro 1. Volumen de quesos de leche de vaca importados
(miles de kilos)

1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
29 506	40 143	16 397	20 654	24 511	30 048	42 832	51 775	62 004	65 372	71 412	68 160	71 596	64 292	69 580

Fuente: FAO.

tos, tales como quesos artesanales, dulces y otros derivados lácteos de carácter regional (Coordinación General de Ganadería, Sagarpa, 2009: 39-40).

Cabe apuntar que 30% del abasto doméstico de quesos proviene de importaciones (World Trade e INEGI, en IICA, Magfor y JICA, 2004, 2009). Las importaciones de quesos reportan un sostenido crecimiento en los 10 primeros años del TLCAN (Coordinación General de Ganadería, Sagarpa, 2009: 40-41). Según datos de la FAO, las importaciones de este derivado lácteo crecieron 60% entre 1994 y 2006 (véase el cuadro 1).

*Quesos procesados: competencia por el nicho de mercado
que ocupan las distintas variedades de quesos mexicanos*

Técnicos especializados en la producción nacional de leche y sus derivados señalan que el aumento creciente de las importaciones a raíz de la entrada en vigor del TLCAN (S.S., entrevista, marzo de 2007; véase también Coordinación General de Ganadería, Sagarpa, 2009: 40-41) se debe en parte al

Cuadro 2. Volumen de quesos duros o semiduros importados,
por país de origen, 2001-2006
(kilogramos)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1. Nueva Zelanda	8 944 055	12 351 697	12 732 218	8 709 092	9 508 015	12 983 104
2. Chile	2 940 225	2 197 738	4 961 710	10 277 639	17 344 610	12 728 113
3. Uruguay	2 786 506	4 147 928	5 319 527	6 292 816	9 170 959	5 752 545
4. Países Bajos	4 910 961	6 065 438	4 256 728	2 968 963	3 296 721	3 047 116
5. Argentina	3 157 852	5 482 804	10 125 681	4 534 562	4 851 696	2 893 736
6. Alemania	7 863 978	6 076 290	5 696 952	4 929 854	1 504 687	1 157 963
8. Estados Unidos	251 855	129 361	113 105	120 912	110 056	116 341
13. Australia	3 575 168	2 602 752	3 219 795	2 285 845	365 000	11
Total	35 506 047	39 881 712	46 705 578	40 546 134	46 592 048	39 145 544

Fuente: Secretaría de Economía, en *World Trade Atlas*.

Cuadro 3. Volumen en kilos de importaciones de quesos por tipo de contenido

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1. De pasta blanda	825 269	806 285	656 174	392 995	336 746	298 364
1.1. Uruguay	803 752	781 808	641 656	378 000	314 594	278 500
2. Tipo <i>petit suisse</i>	1 724	—	54	—	—	11
2.1. Estados Unidos	1 723	—	54	—	—	—

Fuente: Secretaría de Economía, en *World Trade Atlas*.

menor precio, pero también a la falta de atención y promoción de la queiería artesanal (M.V., entrevista, abril de 2007). Al respecto, un grupo importante de técnicos y ganaderos coincide en señalar que la dudosa calidad de los subproductos artesanales mexicanos y su falta de competitividad frente a los importados es lo que les impide ser mercancías atractivas para el consumidor.

La importación de quesos procesados muestra un incremento de 31% ente 2001 y 2005, para luego disminuir el volumen en 2006 (cuadro 2).

El volumen de quesos blandos y el de quesos tipo *petit suisse* importados, en cambio, presenta una disminución significativa en el mismo periodo –65% para los primeros y de prácticamente 100% en el caso de los segundos (cuadro 2).

La distribución de los quesos de importación por tipo y país de origen se reflejan en la composición de su oferta en los supermercados. La sección de embutidos en los supermercados frecuentados por la clase media y media alta de Guadalajara ofrece una amplia gama de quesos importados de la Unión Europea. Éstos van desde 1] los quesos duros y semiduros de leche de vaca, tales como el manchego, gouda, emmental, parmiggiano-Reggiano, gruyere provolone; 2] los quesos para fundir, como el *mozzarella*; 3] los quesos de pasta blanda blanca, de leche de vaca (camembert, brie, Port-Salut) o de leche de cabra (chevreti), y 4] los quesos de pasta azul (cabrales, roquefort, gorgonzola).⁹ Algunos de estos quesos importados se venden con marcas mexicanas. Ilustración de ello son los quesos edam, gouda y maasdam que La Esmeralda comercializa con la marca La Campesina Holandesa.

⁹ Algunos quesos son elaborados con base en un tipo único de leche, así como en la mezcla de varios tipos (i.e., cabra, oveja y vaca). Tal es el caso de algunos quesos españoles, como el manchego o el de Cabrales.

En fechas más recientes, han irrumpido como parte de la oferta de los supermercados los quesos estadounidenses en volúmenes importantes, tales como el cheddar, el Monterrey Jack y el harvati. Esto refleja la apertura total del mercado mexicano a los lácteos provenientes de Estados Unidos ocurrido en 2003. (S.S., entrevista, primavera de 2007).

*Tipo de quesos europeos o mexicanos:
adaptación del subproducto importado al gusto doméstico*

Uruguay es, hoy por hoy, el principal productor de quesos “al gusto mexicano”, los cuales se venden en nuestro país bajo las marcas de algunas de las grandes agroindustrias lácteas. Ilustración de lo anterior son algunas de las adoberas y panelas que Quesos La Esmeralda vende con la marca El Ciervo.

En relación con los quesos europeos que se han vuelto genéricos en nuestro país tenemos que agroindustrias como Sigma, comercializan queso gouda elaborado en Nueva Zelanda y vendido en nuestros supermercados con la marca Noche Buena. En este tenor, recordemos que hasta hace muy poco una empresa elaboradora de quesos de Nueva Zelanda tenía una importante presencia como procesadora y ofertante de quesos demandados por las clases medias urbanas: imitaciones de manchego a la mexicana y de panelas. Si bien esta empresa fue comprada por Franja (una agroindustria mexicana), la otrora Firco aún produce este tipo de quesos en Nueva Zelanda y los comercializa en nuestro país vía los supermercados. Estos quesos compiten con los quesos procesados que producen en México las grandes compañías transformadoras nacionales y multinacionales, tales como Sigma Alimentos, Kraft, Nestlé, Lala, Unifood, La Mesa, La Risueña, Chen, Los Volcanes, y regionales, como Cremería Aguascalientes.

*Agroindustrias: competencia por quesos producidos
en el país con base en importaciones de subproductos lácteos*

Las grandes compañías agroindustriales del país (Lala, Alpura, Sigma Alimentos) consideran que la amenaza para el crecimiento de los derivados de la leche radica en la entrada irrestricta de leche en polvo. De hecho, en el 2008 temían que ésta se incrementase como resultado de la apertura del

mercado mexicano a Estados Unidos (Técnico de Lala, en *Excelsior*, 6 de julio de 2006). Efectivamente, las importaciones de leche en polvo han seguido su tendencia al crecimiento (de 155 000 toneladas a 200 000 —un 29%— de 2005 a 2010) y la leche en polvo importada continúa ocupando un lugar importante en las importaciones de nuestro país.

Conviene resaltar dos puntos en relación a las importaciones de leche en polvo. Primero, recordemos que México no ha logrado abatir aún 40% de déficit histórico que registra la demanda interna de leche, a pesar de los incrementos que se han dado en la productividad y calidad del producto final. Segundo, un volumen importante de este producto es utilizado como insumo para la elaboración de quesos procesados por las grandes agroindustrias.

En contraste, pareciera que las importaciones de lactosuero y suero se redujeron ligeramente entre el 2008 y el 2009 (World Trade Atlas). Esto es relevante ya que un volumen significativo de dichos productos lo captan pequeñas y medianas empresas dedicadas a la producción de quesos análogos. Logran, con ello, competir fraudulentamente y sin calidad con los quesos artesanales, ya que, en su afán por optimizar márgenes de ganancias mediante el uso de materia prima barata, logran reducir el precio de sus productos. Están en posición así de ofertar productos a precios más atractivos para el consumidor, independientemente de su contenido nutricional y su calidad.

Conviene destacar que es justo en este espacio del mercado donde los quesos artesanales de calidad pueden encontrar un nicho de valor agregado, ya que al *garantizar calidad* a pesar de no alcanzar (o, mejor aún, es precisamente por no tener) una economía de escala su valor puede ser mayor. El valor se deriva, de forma importante, del uso de leche bronca como principal insumo de los quesos artesanales.

LOS QUESOS ARTESANALES

Hasta hace pocos años, en el país se elaboraban casi 30 variedades distintas de quesos “genuinamente artesanales”, afirmaba uno de los pocos especialistas de quesos mexicanos (Villegas de Gante, 2003). En 2008, 25 de ellos estaban aún en “el catálogo de quesos mexicanos genuinos” que elaboró Villegas Gante y su equipo (Cervantes Escoto *et al.*, 2008: 41-148). La mayoría presenta diversas variantes (Villegas de Gante, 2003).

Los contados académicos que han estudiado de modo sistemático los quesos mexicanos comentan que hay básicamente dos clases de queso, según el tipo de leche empleada en su elaboración, la infraestructura tecnológica utilizada (la cual suele concebirse como “moderna” debido a la constante incorporación de nuevas tecnologías) y los criterios y prácticas de calidad globalizados a los que se ciñen los procesos: los quesos artesanales y los procesados, también conocidos como industrializados (*idem*).

Los quesos mexicanos artesanales se diferencian entre sí por ser frescos o madurados. Unos y otros se producen con leche bronca o sin pasteurizar. En el caso de los quesos análogos, la materia prima básica es la leche en polvo, el lactosuero y, en algunos casos, grasas y harinas vegetales. Queseros artesanales y funcionarios señalan que es la disminución de costos y la concomitante mejoría de precio por producto elaborado, lo que explica que los propietarios de pequeñas y medianas queserías utilicen estos últimos insumos. Hay quien de hecho afirma que las grandes procesadoras de leche utilizan estos subproductos, mezclados con leche fluida o leche en polvo reconstituida en algunos casos, para producir quesos a precios competitivos. Esta práctica obedece a dos razones: primera, estos productos son mercancías de importación cuyo precio es mucho más barato que el de la leche bronca en la mayoría de las regiones especializadas en producción de leche en el país; segunda, un kilogramo de leche en polvo o de lactosuero rinde más que un litro de leche bronca producida en la región. Ambas razones implican un costo menor para el consumidor. Sin embargo, en las etiquetas de los quesos industrializados estudiados, las empresas manifiestan que sus productos son elaborados con leche entera pasteurizada. Por ello, sólo un estudio de los contenidos puede reforzar o poner en tela de juicio esta creencia popular.

En la elaboración de los quesos artesanales se usan instrumentos muy simples (*i.e.*, moledora de masa o de carne para triturar el cuajo, moldes de madera o plástico) o medianamente modernizados, como muestran las dos fotografías.

Ahora es común ver los moldes de los quesos hechos de plástico, mientras las tinas de la cuajada pueden ser de plástico o de acero inoxidable. En algunas queserías aún encontramos los moldes de madera y prensas de piedra y madera de factura antigua, como veremos en el próximo capítulo. Estos cambios son muy similares a los que se dieron en Cabrales (España), cuando se buscó la denominación de origen mediante la adaptación de nuevas tecnologías a los instrumentos y quehaceres artesanales en aras del



Foto: M.G. Rodríguez Gómez

Trituradora de cuajo en Quesos Los García, Tepatitlán, Jalisco.

mejoramiento de la calidad del producto vía la inocuidad de los materiales con los que se hace, y en los cuales se deja madurar o se almacena, el queso (Rodríguez Gómez 2002 y notas de campo 2006-2007).

Independientemente del grado de innovación del instrumento, estos quesos se hacen con las manos de los queseros. Los dos procesos que objetivan el trabajo manual del quesero e imprimen la marca no sólo artesanal sino personal al producto terminado son el amasado manual del cuajo molido y el palmeo con fuerza sobre cada uno de los moldes redondos (en el caso de los quesos redondos) o cuadrados llenos ya con la cuajada amasada (en el caso de las adoberas). En los quesos redondos, el palmeo se da hasta que la masa alcance cierto grosor, el cual, a su vez, debe coincidir con la altura del molde, y la compresión por años calculada por los queseros,¹⁰ de ahí que sean conocidos como “quesos hechos a mano”.

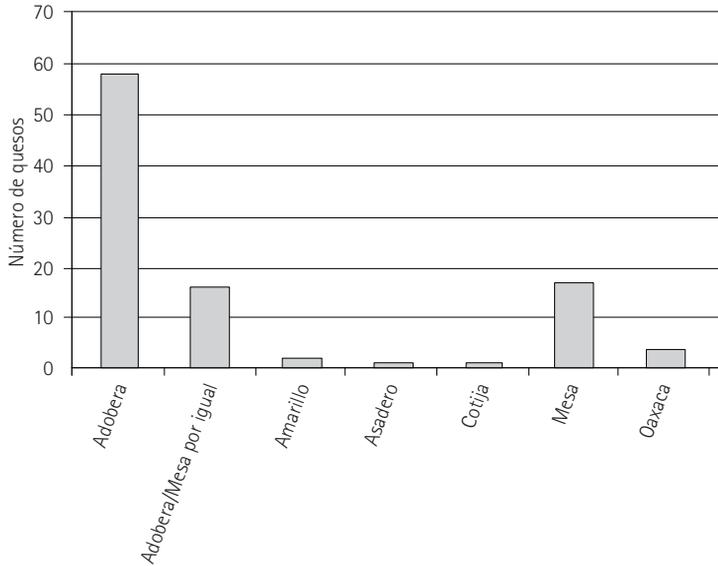
¹⁰ Los quesos artesanales hechos en queserías de escala mediana, como las adoberas Sandritas, se distinguen de los quesos frescos artesanales elaborados en pequeñas queserías por el terminado del producto. Mientras que estos últimos presentan, por lo



Tritadora de cuajo en Quesos Acatic, Jalisco.

Esta última categorización refleja también la idea de que son quesos “auténticos”, ya que no sólo fueron hechos a mano, sino también fueron elaborados con leche bronca en pequeñas queserías o ranchos de las zonas rurales alejadas a los grandes centros urbanos. Estas ideas y calificativos

general, un terminado casi perfecto, como bien lo ilustran las adoberas de la quesería Acatic; en el primer caso, en marcado contraste, los quesos muestran dobleces o bordes que a su vez evidencian un volumen de queso que rebasa descuidadamente la forma y el volumen de los moldes que se usaron para su manufactura.



Fuente: Información propia. Elaboró Ramón Morales.

Gráfica 1. Quesos más vendidos

—y los significados que conllevan— explican el aprecio casi universal en México por el queso artesanal. Sólo me resta añadir que los quesos frescos artesanales se elaboran a diario y deben consumirse casi de inmediato pues, al igual que la leche, son productos altamente perecederos (Rodríguez Gómez, trabajo de campo 2006-2007).

Las adoberas y las panelas son una variante de este tipo de queso; su vida en anaquel puede alargarse hasta una semana y media. Los quesos madurados, en cambio, requieren varias semanas o aun meses para “estar a punto”. Se caracterizan por ser relativamente más secos y duros y tener un sabor más salado. Tal es el caso del queso Cotija (Rodríguez Gómez, 2002).

El consumo de los quesos artesanales, ya sean frescos o maduros, se halla generalizado y suele estar configurado por la oferta a nivel regional. En el caso del Occidente, y más aún en Guadalajara y en las ciudades medias de Los Altos de Jalisco, los quesos más populares en la comida cotidiana son las adoberas, las panelas y los quesitos redondos, también llamados quesos de mesa.

Veamos el volumen de quesos por tipo de producto que encontramos en 110 tiendas de abarrotes de la ciudad de Guadalajara en el periodo

2007-2008.¹¹ En estos espacios de venta al menudeo, los quesos artesanales representan 70% de la oferta y los industrializados 30 por ciento.

Algunos estudios apuntan a que hay un crecimiento similar en el porcentaje de consumidores que optan por adquirir quesos frescos artesanales de la región, en relación con el incremento de la demanda de quesos industrializados que imitan los quesos regionales (Promar Internacional, 2001: 38). No cabe duda de que las grandes compañías especializadas en las imitaciones han incrementado masivamente sus tipos y volúmenes de producción y, de este modo, han acentuado la segmentación previa del mercado. Los casos de las panelas y de las adoberas recién introducidas al mercado por la empresa Lala son uno de los ejemplos más ilustrativos de este proceso.¹² Por otro lado, basta observar los grandes espectaculares que flanquean las principales avenidas de la ciudad de México y de Guadalajara, donde se invita a consumir sus quesos de imitación alegando “autenticidad”, “frescura” y “calidad”, cualidades que por cierto les habían sido atribuidas como características únicas a los quesos frescos artesanales. Fenómeno similar se observa en los refrigeradores de los supermercados; si bien los productos pudieran parecer relativamente poco variados (se ofrecen panelas, queso Oaxaca, adoberas, y algunos más), la multiplicidad de marcas pareciera reflejar un mercado muy diversificado. Sin embargo, no es así. Es patente que abundan las marcas, pero las compañías que las producen son muy pocas. El monopolio y la concentración que ejercen sobre la oferta un puñado de empresas es fortísimo, comparado con el reducido poder detentado por los queseros artesanales sobre el mercado de los grandes centros minoristas urbanos.

El elemento clave es que no importa tanto si la diversificación del mercado de quesos en los centros de distribución minorista es más aparente que real, sino que el crecimiento de las grandes industrias agroalimentarias descansa fundamentalmente en la diversificación de sus nichos de mercado con base en la imitación de los productos de manufactura artesanal. El

¹¹ Este ejercicio se sustentó en la aplicación de 110 encuestas en seis colonias y barrios populares y de clase media y media-alta de la Zona Metropolitana de Guadalajara.

¹² En años recientes, Lala comienza una agresiva diversificación de los tipos de leche y de productos lácteos que oferta al mercado. En este breve periodo, esta compañía ha crecido a un ritmo de 3-4% anualmente. Destaca el del sector especializado en la elaboración de productos lácteos, que ha subido entre 14 y 15% por año (Lala en <www.alimentariaonline.com>).

poder de estas compañías requiere la multiplicación de los segmentos del mercado para incrementarse y, con ello, explotar de formas más novedosas y aparentemente diferentes los distintos segmentos de consumidores. En estas circunstancias, estos poderosos agentes socioeconómicos buscan desplazar a los quesos tradicionales. Sin embargo, la fuerte demanda de éstos y sus altos volúmenes de venta en espacios ajenos a los supermercados nos dejan ver cómo la competencia entre las agroindustrias y los pequeños y medianos productores aún continúa.

La investigación etnográfica permitió aprehender la relación que se ha establecido entre 1] el crecimiento de la producción de alimentos industrializados, tales como los quesos frescos imitación artesanal; 2] el rápido proceso de urbanización que se da en algunas regiones de nuestro país, y 3] la reciente explosión de los supermercados y su creciente impacto y poder, al menos en las grandes urbes mexicanas.¹³ Este entretrejimiento de procesos se debe ver, a su vez, a la luz de los cambios que han venido experimentando los patrones de consumo en el occidente del país. En esta línea, Miller sugiere que son los consumidores los que dirigen las transformaciones en la producción y no a la inversa, como ha sido propuesto de manera simple por un número importante de estudiosos de la economía (2004: 117). La formulación interpretativa de Miller habría que matizarla; durante mi trabajo de campo en distintos espacios de consumo y producción, era manifiesto que resultaba insuficiente ofrecer una explicación unidireccional: las características y dinámicas del consumo tenían que ser presentadas como un proceso dialógico y dialéctico entre las ofertas que se construyen en los diferentes segmentos del mercado, por un lado, y, por el otro, en las siempre cambiantes y resignificadas ideas y prácticas de los distintos grupos de consumidores de acuerdo con su pertenencia de clase y estatus en relación con los quesos artesanales.

¹³ Conviene recordar que hace algunos meses el Estado mexicano permitió a una cadena de supermercados transnacional, Wal-Mart, así como a una nacional, Chedraui, abrir sus propios bancos (Los bancos minoristas quitarán mercado a grandes grupos financieros, en *La Jornada on line*, 21 de noviembre de 2006). Este nuevo servicio incrementó de manera significativa el efecto que la mayor y más poderosa distribuidora minorista en el mundo tiene sobre el consumo nacional. Lo irónico es que haya sido el Estado mexicano la instancia que introdujo cambios en el orden jurídico para legitimar el empoderamiento y mayor injerencia de esta transnacional en la vida de los consumidores urbanos en México, cuando en su país de origen no obtuvo permiso para realizar una operación similar.

El acelerado proceso de urbanización y la demanda consiguiente de más alimentos preparados y de más restaurantes para la población trabajadora, que ya no puede volver a casa a la hora “tradicional” de la comida, el incremento aunque relativamente poco significativo del ingreso per cápita de las clases medias urbanas, la creciente incorporación de mujeres a la fuerza laboral, así como la continuación de un alto crecimiento demográfico en nuestro país han incidido en el incremento en la demanda de quesos y otros alimentos. La investigación en campo puso de manifiesto, además, una tendencia creciente entre las clases medias y medio-altas urbanas en Guadalajara a comer fuera de casa, más por el placer de comer fuera que por la simple necesidad de alimentarse.

Es igualmente importante notar el incremento en la demanda de quesos frescos artesanales de la región, el cual se ha estado dando entre los restauranteros y quienes atienden changarros callejeros de comida en las esquinas. Se observa una demanda creciente de “productos de rancho”, “derivados lácteos hechos a mano”, “quesos y cremas auténticos” por parte de sectores trabajadores y, en particular, de las clases pudientes tapatías. La investigación también muestra que hay una mayor presencia de quesos artesanales frescos, provenientes de distintas poblaciones de la región, que se ofertan en tienditas, carnicerías-fruterías, tianguis, mercados públicos y, en fechas más recientes, en tiendas *gourmet* especializadas.

En suma, en Guadalajara se ha dado un incremento significativo en la demanda y consumo de quesos frescos artesanales de la región que va más allá de las diferencias de clase. No deja de ser irónico que estos cambios de gustos y hábitos alimenticios vayan acompañados de un incremento en la producción de quesos imitación. Un volumen importante de quesos análogos proviene de las queserías del sureste de Jalisco y del noroeste de Michoacán, regiones que comercializan su producción agroalimentaria básicamente en el mercado de Guadalajara (Rodríguez Gómez, 1995-2002 y 2005-2006, notas de campo).

Cierro esta sección con una breve referencia al significado que tiene la presencia de quesos importados en el México actual. En los supermercados y tiendas *gourmet* se ofertan “quesos premium” provenientes de la Unión Europea, Estados Unidos, Uruguay y Nueva Zelanda. Éstos, según el Banco de Comercio Exterior, constituyen 30% del consumo interno de queso (Promar Internacional, 2004). Se ofertan también, aunque en menor escala, quesos estadounidenses de menor calidad y prestigio que los europeos. Son las clases medias altas y altas las que consumen mayoritariamente estos

productos, los cuales han ido incrementando su presencia en el mercado alimentario mexicano a raíz de la apertura comercial que acompañó la puesta en marcha, primero, del TLCAN y, posteriormente, de otros tratados comerciales bilaterales que México firmó (Rodríguez Gómez, 1995-2002 y 2005-2010, notas de campo; Promar Internacional, 2004).

Paradójicamente, este último macroproceso ha traído consigo importantes volúmenes de derivados lácteos de segunda o tercera categoría en lo que a calidad nutricional se refiere, tales como el queso “tipo mozzarella pissero” de marca Bon Swiss (Rodríguez Gómez, 1995-2002 y 2005-2007, notas de campo). Estos últimos desplazan a las adoberas y al queso Oaxaca en la elaboración de quesadillas o para el adorno de flautas, enchiladas, sopes, molletes y otros platillos “típicamente mexicanos”, que cocinan las familias de clase media tapatías. Hasta donde hemos investigado, los consumidores dan dos explicaciones: el costo menor de estos productos y la rapidez del proceso de fundición que dicen ser mayor que la de los quesos mexicanos.

A semejanza de los quesos premium, estos productos de segunda o tercera categoría se ofertan en los supermercados ubicados en los sectores trabajadores y de clase media urbanos (*idem*). Irónicamente, estos productos al igual que los quesos análogos y, en algunos casos, los quesos industrializados suelen ser más baratos que los quesos frescos artesanales elaborados en la región aledaña a Guadalajara. Es su bajo costo, pero no su calidad, lo que representa una seria amenaza para la continuidad, crecimiento y consolidación de los quesos frescos producidos artesanalmente. Este precio “artificial” (en tanto oculta la calidad nutricional del producto y los altos subsidios que se le otorga a la producción de leche en el respectivo país de origen) lleva a que algunos agentes de la industria agroalimentaria y funcionarios del Estado cuestionen la rentabilidad y competitividad de la manufactura quesera artesanal. Éste no sólo va en detrimento de la quesería artesanal de nuestro país en el actual contexto de eficiencia y competitividad con calidad, sino que se usa como mecanismo para desvalorizar y deslegitimizar esta actividad y el producto artesanal mismo. Esta supuesta falta de competitividad obvia, finalmente, el hecho de que los queseros artesanales elaboran sus productos en desigualdad de condiciones frente a los otros dos sectores productores, ya que no sólo el insumo base (la leche bronca) es “caro” (siempre en relación a los productos que se utilizan para sustituirla) sino que además estos actores carecen del capital material y conocimientos para volverse más eficientes con calidad, en términos de los

cánones que rigen el mercado global y sus procesos productivos (véase el capítulo 7 de este libro).

LOS QUESOS EN LAS CADENAS DE SUPERMERCADOS Y EN LAS TIENDITAS

En la actualidad, el consumidor puede optar por hacer sus compras de alimentos en las grandes cadenas transnacionales de supermercados o de grupos mexicanos asociados con capital multinacional (*i.e.*, Wal-Mart, Wall-Mart Supercenters, Superama, Mi Bodega Aurrerá, Sam's Club, Bodega Aurrerá, Costco); en las fuertes cadenas de supermercados de capitales nacionales (*i.e.* Comercial Mexicana, Soriana, Chedraui, Ley); o en cadenas regionales (*i.e.*, Sumesa). Esta industria de distribución de alimentos se caracteriza por su elevada diversificación. Se distingue, simultáneamente, por estar especializada en atender la demanda de consumidores urbanos prácticamente pertenecientes a todos los sectores sociales.

En México, estas poderosas cadenas de supermercados aún libran una fuerte competencia con espacios de distribución de alimentos de menor escala, como tianguis, mercados públicos, carnicerías-fruterías, cremerías, tiendas de especialidad (también conocidas como *gourmet* o *delicatessen*) y, en especial, con tienditas de abarrotes. Se estima que sólo 30% del consumo urbano de alimentos en México se lleva a cabo en supermercados; en contraste, 70% del consumo restante lo realizan los compradores en los otros espacios minoristas no dominados aún por los grandes acaparadores de la distribución (Lagarde y Almaguer, 2006: 22).

En el Occidente, y particularmente en Guadalajara, las cadenas luchan asimismo contra la agresiva penetración y alta aceptación de la que gozan las tiendas de conveniencia (*i.e.*, Oxxo, 7 Eleven) y, más recientemente, las farmacias (*i.e.*, Farmacias Guadalajara) (véase el recuadro 3). En los últimos años, por ejemplo, Farmacias Guadalajara han incorporado a su oferta de medicamentos y productos para la salud la venta de alimentos industrializados y de perecederos, así como de bebidas alcohólicas. El efecto de los supermercados en la vida urbana está fuertemente marcado, y por ende reconfigurado, por el importante papel sociocultural y económico que juegan las tienditas en la vida cotidiana de actores de clase trabajadora y aun de clases medias (Rodríguez Gómez en Aguilar, 2006: 18-20). Las tienditas compiten no sólo por la conveniencia que representa su cercanía física, sino también por las prácticas de solidaridad que se mate-

RECUADRO 3
LAS TIENDAS DE CONVENIENCIA

Las tiendas Oxxo se fundaron en Monterrey en los años setenta. Junto con FEMSA-Cerveza (i.e., Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma) y Coca Cola-FEMSA forma parte como "compañías subtenedoras" de *Fomento Económico Mexicano, S.A.B. de C.V.*, (FEMSA). (Informe Anual 2009: 66, en <<http://www.femsa.com/es>>). FEMSA es una "sociedad mexicana controladora", tiene filiales en Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica, Brasil, entre otros. En 2009, FEMSA registró ingresos por el monto de 197 033 millones de pesos (*ibid.*: 50). En dicho año, Oxxo aportó 27% de esos ingresos. Oxxo experimentó un crecimiento de 13.6% en relación con 2008 (*ibid.*). Originalmente, Oxxo fue fundada en Monterrey en la década de los setenta <<http://www2.oxxo.com/oxxo/>>.

Las tiendas 7 Eleven pertenecen a la empresa regiomontana 7-Eleven® México. Surgió en 1976 como producto de la asociación de Grupo Chapa con 7-Eleven Inc. (<<http://www.directoriodef franquicias.com.mx/7-eleven>>). 7 Eleven, fundada en Estados Unidos en 1927, fue una de las primeras franquicias en la categoría tiendas de conveniencia en ese país (1964). Hoy es la tienda de conveniencia con más presencia en el mundo (<<http://www.7-eleven.com.mx/index.php/nuestra-empresa/menu-quiénes-somos.html>>; <http://www.franchise.org/7-Eleven_Inc_franchise.aspx>).

realizan en la venta "fiada basada en la confianza tendero-cliente frecuente" de los alimentos. Esta práctica, ampliamente difundida, se sustenta en la confianza tendero-consumidor que se construye en la cotidianidad de la compra tanto como en la familiaridad del conocimiento mutuo que deviene de la vecindad.

El crecimiento e importancia de los supermercados debe contextualizarse en un país que si bien ya es "urbano" una cuarta parte de la población se encuentra dispersa en el ámbito rural; este tipo de establecimientos ni siquiera han intentado acercarse a este número significativo de consumidores. En cambio, las cadenas están enfrascadas en una compleja, dinámica y agresiva competencia entre sí y en contra de los espacios históricos y emergentes de compra-venta de alimentos al menudeo. La investigación etnográfica que realizamos (2005-2007) muestra las formas en las que esta dialógica interconexión está siendo acompañada, al tiempo que incide y es reconfigurada por cambios en los patrones de alimentación, urbanos y rurales (en lo que se refiere a una mayor búsqueda de alimentos de calidad, criterios higiénicos más rigurosos, dietas más variadas y ricas en nutrientes y del gusto, tanto como al incremento de los alimentos chatarra o de los industrializados y precocinados), en las concepciones del cuerpo y

de la salud. Se están dando al mismo tiempo cambios en los patrones de compra de alimentos, a la par que se transforman las estrategias de precios, ventas y promoción de diversos centros minoristas. Finalmente, el dinamismo de todos estos agentes, en particular de los supermercados, propicia cambios mayores en las interrelaciones en las cadenas agroalimentarias, desde la producción y la comercialización, hasta la distribución y el consumo.

Cierro retomando las preguntas iniciales en lo que se refiere a la vinculación de los pequeños productores tradicionales de queso con los supermercados. Ésta brilla por su ausencia. La primera dificultad es su falta de conocimiento y redes que les permitan acceder a las áreas de compras de las grandes cadenas de distribución, como veremos en el siguiente capítulo. Una limitante más extendida, y frecuentemente replicada por los agentes de la gran distribución, es que los quesos tradicionales se elaboran con leche bronca, lo cual, como ya vimos, puede conllevar problemas de salud. Paradójicamente, una cooperativa de la región aledaña a Guadalajara lleva años abasteciendo a varias cadenas de supermercados, no sólo en el occidente de México sino en todo el país, de quesos tradicionales, entre ellas Soriana, Comercial Mexicana y aun Wal-Mart. La ironía radica en que dicha empresa elabora toda la variedad de quesos que comercializa usando leche sin pasteurizar. En principio, la empresa no engaña al consumidor, ya que ésta entrega los quesos a una compañía que se encarga de empaquetarlos, comercializarlos y distribuirlos a los supermercados. El incumplimiento de las restricciones de las cadenas de distribución se logra vía el etiquetado de los quesos. Si bien la etiqueta señala que son elaborados 100% con leche de vaca, no aclara si ésta es o no pasteurizada.

Se impone un par de preguntas: ¿es un argumento legítimo y veraz el que las cadenas de supermercados nieguen la oportunidad de comercializar quesos tradicionales a los pequeños productores en sus espacios so pretexto de que el uso de leche no pasteurizada pone en riesgo la salud de los consumidores? ¿O más bien se trata de un ejercicio adicional de la dominación que ejercen estos poderosos agentes agroalimentarios para evitar la competencia que representan para las grandes agroindustrias lácteas nacionales y transnacionales los productos tradicionales de la región? Me inclino por lo segundo, y rescato así otra propuesta inicial: la globalización ha abierto espacios alternativos para estos productos que guardan los saberes y quehaceres locales, añadiendo mejoras tecnológicas y de manejo (entre ellas la calidad y la salubridad) dándole especificidad a los

quesos al mismo tiempo que se reafirma la singularidad de su identidad cultural. Estas son las pequeñas tiendas de productos distintivos que, sin mayores reticencias, ofertan cada vez más quesos tradicionales que los productores les entregan directamente en las puertas de sus establecimientos o que les llevan a sus espacios de comercio al menudeo “los comercializadores” (generalmente parientes o amigos de los productores de queso que radican ya en Guadalajara). Así, las mercancías locales se resignifican y, al hacerlo, entran a nuevas *economías de cualidades* (Foster, 2007: 715-716), cuyos *criterios de valor* están siendo cuestionados y reformulados de continuo, y mantienen espacios de oportunidad para innovar una y otra vez la tradición.

GLOSARIO MÍNIMO

Asociada. Es una compañía en la cual la tenedora tiene influencia significativa en su administración, pero sin llegar a tener control de la misma. (Definición tomada de Reporte anual que se presenta de acuerdo a las disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado de valores, por el año terminado el 31 de diciembre de 2009, en http://www.carso.com.mx/NR/rdonlyres/47072308-376C-4300-B43E-02EEE27F67A0/0/GC_ESP_RepAnual_2009.pdf).

Higiene. Todas las medidas necesarias para garantizar la sanidad e inocuidad de los productos en todas las fases del proceso de fabricación hasta su consumo final (<http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/nom/121ssa14.html>).

Inocuo. Aquello que no hace o causa daño a la salud (*idem*).

Leche para consumo humano. Producto proveniente de la secreción natural de las glándulas mamarias de las vacas sanas, o de otras especies animales. Se excluye el producto obtenido 15 días antes del parto y 5 días después de éste o cuando tenga calostro (*idem*).

Pasteurización. Proceso al que es sometido el producto en una adecuada relación de temperatura y tiempo para destruir la flora bacteriana patógena y la casi totalidad de la flora banal.

Quesos. Productos elaborados con la cuajada de leche estandarizada y pasteurizada de vaca o de otras especies animales, con o sin adición de crema, obtenida por la coagulación de la caseína con cuajo, gérmenes lácticos, enzimas apropiadas, ácidos orgánicos comestibles y con o sin tratamiento ulterior por calentamiento, drenada, prensada o no, con o sin adición de fermentos de maduración, mohos especiales, sales fundentes e ingredientes comestibles opcionales, dan-

do lugar a las diferentes variedades de quesos pudiendo por su proceso ser: fresco, madurado o procesado (*idem*).

Quesos frescos. Productos que cumplen en lo general con lo señalado en el punto 3.18 de la Norma Oficial Mexicana, véase página 177, y se caracterizan por ser productos de alto contenido de humedad, sabor suave y no tener corteza, pudiendo o no adicionarle ingredientes opcionales y tener un periodo de vida de anaquel corto, requiriendo condiciones de refrigeración (*idem*).

Quesos madurados. Alimentos que en lo general cumplen con lo señalado en el punto 3.18 y se caracterizan por ser de pasta dura, semidura o blanda, con o sin corteza; sometidos a un proceso de maduración mediante la adición de microorganismos, bajo condiciones controladas de tiempo, temperatura y humedad, para provocar en ellos cambios bioquímicos y físicos característicos del producto de que se trate, lo que le permite prolongar su vida de anaquel, los cuales pueden o no requerir condiciones de refrigeración.

Quesos procesados. Productos que cumplen en lo general con lo establecido en el punto 3.18 y se caracterizan por ser elaborados con mezclas de quesos, fusión y emulsión con sales fundentes, aditivos para alimentos permitidos e ingredientes opcionales, sometidos a proceso térmico de 70° C durante 30 segundos o someterse a cualquier otra combinación equivalente o mayor de tiempo y temperatura, lo que le permite prolongar su vida de anaquel (*idem*).

Quesos de imitación. Productos elaborados con ingredientes o procedimientos diversos a los usados en la producción de los quesos que pretende imitar y cuyo aspecto sea semejante a este mismo.

Subsidiaria. Cualquier sociedad respecto de la cual la compañía en cuestión sea propietaria de la mayoría de las acciones representativas de su capital social con derecho a voto o respecto de la cual la compañía tenga el derecho de designar a la mayoría de los miembros del Consejo de Administración o a su administrador único (*idem*).

REFERENCIAS

- Aguilar, José Armando, 2006. ¿Adios al mercado tradicional?, *Revista del Consumidor* (356): 18-21.
- Cervantes Escoto *et al.*, 2008. *Los quesos genuinos. Patrimonio cultural que debe rescatarse*, México, Mundi-Prensa, Universidad Autónoma de Chapingo y Universidad Autónoma del Estado de México.
- Coordinación General de Ganadería, Sagarpa, 2009. Situación actual y perspectiva de la producción de leche de bovino en México 2010, *Revista Claridades Agropecuarias*, noviembre de 2010 (207): 34-44.

- Diario Oficial de la Federación (DOF)*, 30 de enero de 1995. Norma Oficial Mexicana, Secretaría de Salud, 1993, NOM-035-SSA1-1993, Bienes y Servicios. Quesos de suero. Especificaciones sanitarias, en <<http://aplicaciones.economia.gob.mx/normas/datosoficiales.doc>>.
- DOF, 21 de febrero de 1996. Norma Oficial Mexicana, Secretaría de Salud, 1994, NOM-091-SSA1-1994, Bienes y servicios. Leche pasteurizada de vaca. Disposiciones y especificaciones sanitarias, en <<http://aplicaciones.economia.gob.mx/normas/datosoficiales.doc>>.
- DOF, 23 de febrero de 1996. Norma Oficial Mexicana, Secretaría de Salud, 1994, NOM-121-SSA-1994, Bienes y Servicios. Quesos frescos, madurados y procesados. Especificaciones sanitarias, en <<http://aplicaciones.economia.gob.mx/normas/datosoficiales.doc>>.
- Ettlinger, Steve, 2007. *Twinkie, Deconstructed. My Journey to Discover How the Ingredients Found in Processed Foods are Grown, Mined (Yes Mined), and Manipulated Into What America Eats*, Nueva York–Londres, Hudson Street Press.
- Foster, Robert J., 2007. The work of the new economy: consumers, brands, and value creation, *Cultural Anthropology* 22 (4):707-731.
- Gea Structura, 2008. Estrategias para aumentar la competitividad de la cadena productiva de la leche en México. Estudio preparado para Firco y Anglac, en <www.sagarpa.gob.mx>.
- Harbutt, Juliet, 1998. *La enciclopedia del queso*, Buenos Aires, Javier Vergara Editor.
- IICA, MAGFOR y JICA, 2004. *Cadena agroindustrial: queso*, Nicaragua.
- Joseph, Gilbert, y Daniel Nugent, 1994. Preface, en Gilbert Joseph y Daniel Nugent (eds.), *Everyday Forms of State Formation. Revolution and the Negotiation of Rule in Modern Mexico*, Durham–Londres, Duke University Press.
- Jenkins, Steven, 1996. *Cheese Primer*, Nueva York, Workman Publishing Company, Inc.
- Kircheim, Luisa, 2008. *Para amantes del queso*, Barcelona, Océano Amber.
- Lagarde, Sergio, y Blanca Almaguer, 2006. Cómo nos venden los supermercados, *Revista del Consumidor* (356), 22-29.
- Lara Cortés, Claudio, y Cristian Paiva Wiff, 2005. La irrupción del supermercadismo en Chile y su impacto en el sistema agroalimentario: el caso de la cadena láctea, en <<http://www.regoverningmarkets.org/en/filemanager/active?fid=319>>.
- Miller, Daniel, 2004. The little black dress is the solution, but what is the problem?, en Kain M. Ekstrom y Helene Brembeck (eds.), *Elusive Consumption*, Nueva York, Berg Publishers.
- Nestlé, Marion, 2003. *Safe Food. Bacteria, Biotechnology, and Bioterrorism*, Los Ángeles–Londres, University of California Press.
- Promar Internacional, 2004. *Cadena agroindustrial: queso*, Managua, Instituto Interamericano de Agricultura.
- Rodríguez Gómez, Guadalupe, 2002. *La denominación de origen y el mercado de la distinción*, Guadalajara, CIESAS–Sagarpa.

- Rodríguez Gómez, Guadalupe, 1999. Weaving quality and power: The domestication of global conventions among dairy farmers in Western Mexico, *Journal of Urban Anthropology and Studies of Cultural Systems and World Economic Development* 28 (3-4): 327-371.
- Rodríguez Gómez, Guadalupe, y Patricia Chombo (coords.) 1998. *Los rejugos de poder. Globalización y cadenas agroindustriales de leche en Occidente*. Guadalajara, CIESAS—CIATEJ—SIMorelos—Conacyt—Paiepeme—UAM—Xochimilco.
- Unión Ganadera Regional de Jalisco, sitio electrónico, en <<http://www.ugrj.org.mx>>.
- United States Department of Agriculture, USDA, 2010. Dairy: World Markets and Trade, en <<http://www.fas.usda.gov/http/072110DairyFull.pdf>>.
- Villegas de Gante, Abraham, 2003. *Los quesos mexicanos*, Texcoco, Universidad Autónoma de Chapingo.

VUELTA A LO NUESTRO: LOS QUESOS ARTESANALES

Guadalupe Rodríguez Gómez

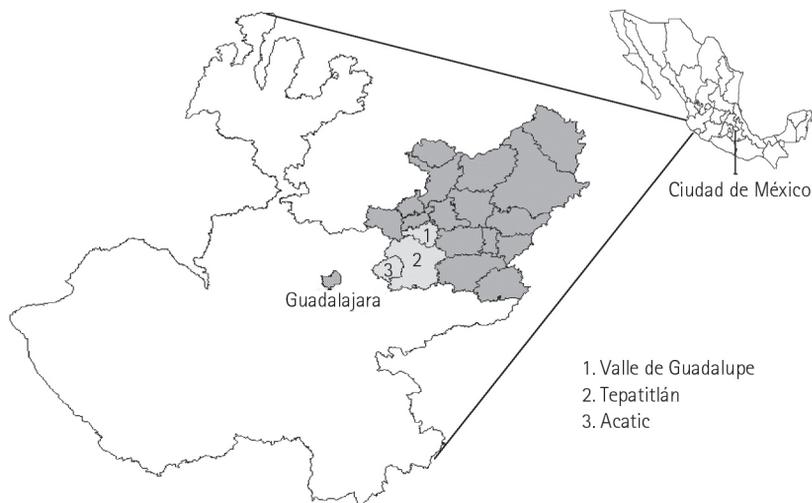
Creo fervientemente que los quesos elaborados con leche bronca son más sabrosos que los hechos con leche pasteurizada, pero la USDA prohíbe la importación de quesos de leche bronca que hayan madurado durante menos de 60 días; esto significa que es ilegal vender en Estados Unidos todos los quesos del mundo, salvo los sometidos a un largo proceso de maduración.

STEVE JENKINS, *Cheese Primer*, 1996

Durante la feria del queso organizada en los supermercados del Occidente de México, Lucía, quien está al frente de una pequeña fábrica familiar de quesos frescos artesanales ubicada en Acatic, Jalisco, me pidió ayuda para conseguir acceso al mercado de Guadalajara para sus adoberas. No entraba para nada en sus consideraciones para este logro, la cuestión de la calidad, aunque fuera éste uno de los problemas de comercialización que enfrentaba su empresa familiar: no tenía la menor duda sobre la buena calidad de sus adoberas.

Lucía, al igual que la mayoría de la gente del Occidente mexicano, considera que la calidad de los productos lácteos elaborados en la región (*i.e.*, quesos, crema, jocoque, nata, yogurt, cajeta) está garantizada gracias a que están hechos con “leche bronca” (es decir, leche sin pasteurizar), que es de calidad —“auténticamente leche de vaca”— y por estar “limpia”.

Dado que esta productora lleva en el negocio apenas cinco años, considera, al igual que el resto de los miembros de su unidad productiva, que carece de los contactos socioeconómicos y políticos, del conocimiento y experiencia que le permitan acomodar con márgenes competitivos sus adoberas y demás subproductos lácteos en Guadalajara, el segundo mercado más grande del país. Lo que le estaba dificultando la comercialización no era la política de abasto de los supermercados, ni la dimensión sanitaria. El reto estribaba en el escaso y desigual acceso que ella y los miembros de su unidad de producción tienen a las distintas formas de capital y de poder,



Fuente: Elaborado por Héctor Fletes Ocón.¹

Mapa 1. Municipios productores de quesos tradicionales estudiados de los Altos de Jalisco.

que determinan qué productos industrializados venden los supermercados en lugar de los quesos frescos tradicionales de la región. En otras palabras, la carencia de capital material, simbólico y político de esta empresa familiar se traducían en la dificultad de lograr la vinculación de la quesería artesanal con segmentos de mercado caracterizados por ofrecer mayor valor agregado para los quesos frescos. En vez de ello, tenían que aceptar las magras ganancias al comercializarlos en los poblados rurales y semiurbanos aledaños a Acatic, esto es, en rancherías y pequeños asentamientos entre Zapotlanejo y Tepatitlán (véase el mapa 1).² Lo más que habían logrado con su escaso capital y poder —esto es, con su camionetita sin refrigeración, sus buenos lácteos y el conocimiento de la región circundante— fue acceder a la periferia de estas dos pujantes ciudades alteñas.

¹ Agradezco el apoyo que me prestó el doctor Fletes Ocón en la elaboración contra reloj de este mapa. Aprovecho también para agradecer al doctor Andrew Mathews el haberme conseguido materiales bibliográficos que estaban fuera de los acervos nacionales.

² Zapotlanejo es el municipio que colinda al sur con el de Acatic. Este último fue el eje de la investigación de campo realizada en los municipios de Zapotlanejo, Acatic, Tepatitlán y Valle de Guadalupe, de 2006 a 2009.

Este breve recuento ilustra cómo no son los criterios de “calidad acorde a normas globales” (*i.e.*, *safety quality* globalizada) *per se* los que objetivan la dificultad que enfrentan los productores de quesos frescos artesanales al intentar entrar a distintos segmentos del mercado urbano, a las grandes cadenas de distribución o incluso a las tiendas de abarrotes o de conveniencia y a las farmacias que ofertan alimentos. La explicación hay que buscarla en la “fragilidad” de la posición de Lucía como “empresaria”, la inexistencia de conexiones con el mercado, así como el desconocimiento de éste.

Lucía y otros miembros de su unidad de producción han sido beneficiarios de diversos programas oficiales, que buscan fomentar cambios socioeconómicos y culturales en el marco del paradigma empresarial que da especificidad al neoliberalismo mexicano en los últimos sexenios. Sus dos hijas mayores, por ejemplo, se especializaron en la fabricación de quesos frescos artesanales mediante su participación en un programa regional de desarrollo, llevado a cabo por el gobierno municipal de Tepatitlán. Las jóvenes, junto con su madre, han seguido programas dirigidos a la capacitación de mujeres “emprendedoras”, con el fin de aprender algunas de las herramientas que les permitan manejar su fábrica artesanal familiar como un “negocio”; es decir, como una “pequeña empresa”. Otros dos hijos han participado en diversos programas de promoción de actividades agropecuarias alternativas, tales como el cultivo de rosas en invernaderos o de las llamadas *berries* (bayas) (*i.e.*, zarzamora, frambuesa, arándano). Elías, esposo de Lucía, por su parte formó parte de uno de los primeros grupos de productores de leche que en 1990, con el apoyo de distintos programas de la Secretaría de Desarrollo Rural del Estado de Jalisco y de Lechera Guadalajara, se asociaron y formaron cooperativas con el fin de adoptar los nuevos requerimientos tecnológicos que conllevaba el mejoramiento de la calidad de la leche en Los Altos de Jalisco, así como el abaratamiento de los costos de producción por compra en volumen y posterior elaboración de insumos.

A pesar de ello y a diferencia del discurso oficial, ninguno concibe la producción de quesos frescos como un “negocio”, ni como una “empresa”. Al contrario, consideran que es una más de las actividades vinculadas al mercado que llevan a cabo como unidad productiva con el fin de obtener recursos líquidos para la familia y sus diversos quehaceres y necesidades relacionados con el mercado. Esto es, para Lucía y sus familiares la fabricación y venta de quesos frescos de calidad es una actividad adicional, entre otras formas de producción y comercialización (*i.e.*, siembra de maíz, gana-

dería de leche a pequeña escala, cultivo de flores y bayas). Éstas les suministran el capital material que hace posible la continuidad de la unidad productiva y los medios para brindar educación al resto de los hijos.

Esta forma particular de entender la producción de quesos de calidad en tanto “negocio modernizado” va de la mano con uno de los principales argumentos de este ensayo: los actores socioeconómicos construyen la especificidad y homogeneidad de la globalización neoliberal en su prosaica cotidianidad, acorde a sus experiencias e intereses. De este modo, son constructores activos de los procesos mayores de cambio sociocultural, económico y de poder. Esto sucede independientemente de que pidan préstamos, rechacen o resignifiquen ideas, símbolos, conocimientos y prácticas del discurso oficial, así como algunas formas culturales que constituyen la globalización, como lo es por ejemplo la calidad. Por esta razón, concibo la globalización neoliberal como un proceso polisémico, discordante y dialógico, cuya especificidad la construyen una miríada de actores diversos y desiguales, mediante las interrelaciones que distinguen, al particularizar, sus campos históricos y dinámicos de poder. En este caso, son los elaboradores-comercializadores artesanales los protagonistas principales de cambios sociales, económicos, tecnológicos y de conocimiento, que ocurren en el ámbito local y regional, en su intento por entrar a un mercado muy fluido y heterogéneo, que está siendo reconfigurado, simultáneamente, por otros muchos actores, por relaciones sociales y de poder, así como por procesos locales, regionales, nacionales y supraestatales del México del siglo XXI.

EL ARGUMENTO

En el periodo presidencial 2000-2006, el discurso oficial hizo hincapié en el paradigma de la empresa o el negocio, y el manejo empresarial como motores del desarrollo socioeconómico y tecnológico nacional. Este discurso refleja, como lo hiciera entonces, un giro aún más radical a favor del quehacer neoliberal de las políticas públicas, que las tendencias vigentes durante las dos décadas finales del México de siglo XX. En la actualidad, es el sector privado vía el modelo empresarial o de negocios el que el Estado promueve como la estrategia más *ad hoc* a adoptar por el resto de los sectores de la economía. Este paradigma se sustenta en conceptos o prácticas tales como el mejoramiento constante del manejo y de los in-

tereses gerenciales, el diseño de cuidadosos planes de negocios, la maximización de las ganancias, el manejo eficiente del riesgo, el conocimiento del mercado y el ajuste de los productos a los cánones que rigen el mercado, entre otros.

Como mera ilustración, tenemos que en 2002 se creó la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, cuyo fin era el apoyo a éstas para que a su vez contribuyesen al desarrollo de la economía nacional (DOF, 13 de diciembre de 2002). A renglón seguido se constituyó el Acuerdo por el que se establecieron las reglas de operación para el otorgamiento de apoyos del Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Fondo PYME).³ Estas formas jurídicas aspiraban a lograr la eficiencia competitiva con calidad de los negocios bajo el modelo empresarial, en aras del desarrollo nacional, conjuntando esfuerzos de la Secretaría de Economía, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y la Secretaría de la Función Pública (*idem*).

El sector agroalimentario no ha sido la excepción. Al contrario, un porcentaje importante de los recursos del Estado —a nivel federal y estatal— se ha canalizado a la transformación de organizaciones de productores para la comercialización o incremento de la productividad en las micro, pequeñas y medianas industrias. De hecho, se ha argumentado que este tipo de organizaciones, así como los ranchos en general, se deben manejar y operar como si fuesen un “negocio”, ya que este tipo de lógicas es lo que lleva a la eficiencia y competitividad del sector agroalimentario en el ámbito global. Programas y documentos oficiales evocan la imagen del agroproductor emprendedor: el que 1] diseña una lógica de alta calidad como hilo conductor de sus actividades económicas; 2] maximiza beneficios y busca reducir todo tipo de costos; 3] persigue activa y lo más eficientemente posible la creación de valor agregado para el producto; 4] lleva a cabo un manejo empresarial de las unidades productivas y de comercialización, incluidos los controles contables de las mismas, así como un plan de negocios orientado al mercado como mapa de la empresa a seguir a corto, mediano y largo plazo. Los saberes, quehaceres y *know-how* enlistados son los

³ Este Fondo “es un instrumento que busca apoyar a las empresas, en particular a las de menor tamaño, y a los emprendedores con el propósito de promover el desarrollo económico nacional, a través del otorgamiento de apoyos de carácter temporal a programas y proyectos que fomenten la creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas” (<www.fondopyme.gob.mx>).

que los agroproductores deben ahora seguir para ser competitivos con eficiencia y calidad que les produzcan ganancias.

Las versiones “domesticadas” de esta lógica de mercado vienen de tiempo atrás determinando las actividades agropecuarias y agroalimentarias existentes, al menos en la región de Los Altos de Jalisco. Esto obedece, en parte, a que el grueso de los agroproductores lleva décadas vinculado a las cambiantes dinámicas del mercado y a los programas y políticas del Estado para la modernización agrícola.

Además, si analizamos las lógicas, estructuras y funcionamiento de estas unidades productivas, así como las promovidas por la maquinaria estatal, podremos observar que el idioma de los negocios y el manejo empresarial lleva tiempo definiendo las formas discursivas de estas instituciones. Empero, los significados y las prácticas en las que éstas se materializan son distintos para los diferentes actores. Esa polisemia y discordancia, a veces cargada de ambigüedades y conflictos, ocurren incluso cuando dichos actores se encuentren en condiciones materiales y socioculturales similares y puedan de hecho compartir experiencias laborales y de vínculos con el mercado.

Por lo anterior, sostengo que las diversas ideas y prácticas entre los alteños en relación, a su vez, a las ideas y prácticas en torno a los estándares de calidad conforme a los estándares globales, reflejan la diferenciación e inequidad que ha caracterizado la producción de leche, los quehaceres agropecuarios y la manufactura de derivados lácteos en esta dinámica región de lechería familiar en términos de acceso a diferentes formas de pertenencia de clase, estatus y poder desde los inicios de los años noventa del siglo pasado (Rodríguez Gómez, 1998; Gutiérrez Casillas, 1999; Espinoza Contreras, 2007).

Es manifiesto que, a pesar de estas diferencias, se han sucedido procesos socioculturales, materiales y de poder a todos los niveles que han sido igualmente compartidos por los distintos actores que conforman las diversas cadenas agroindustriales de la leche y los derivados lácteos en la región. Uno de los cambios más significativos que comparten los productores de leche, los industrializadores de este bien y de otros derivados lácteos, los queseros artesanales y la sociedad en general es *la resignificación y acentuación del papel que juega la calidad en las actividades agropecuarias y agroalimentarias en relación con el desarrollo de la agricultura mexicana y de la salud pública*. Los estándares y regulaciones de calidad materializaron no sólo una nueva forma de poder y diferenciación entre los distintos agentes de las

cadenas agroindustriales sino que, muy particularmente, impusieron su impronta en la forma de concebir y definir dichos encadenamientos y agentes (*i.e.*, el sistema de frío se reconoce como más modernizado en términos tecnológicos y de calidad, y no así la producción de leche que se transforma sin enfriar). Esto es, en años recientes, la globalización ha introducido e impuesto la calidad (*i.e.*, los criterios, las regulaciones, las innovaciones tecnológicas, los cambios en los procesos productivos, comercialización, distribución y aun de consumo, así como en las normatividades públicas y privadas) como el principio rector de la competencia por el mercado, así como también de un sinfín de cambios multidimensionales en la cotidianidad de los alteños.⁴

LA CALIDAD DE LA LECHE, LA FRAGMENTACIÓN DEL MERCADO LÁCTEO Y LA QUESERÍA ARTESANAL EN LOS ALTOS DE JALISCO

Jalisco es el principal productor de quesos del país (Promar Internacional, 2004: 38). El crecimiento de la demanda explica en buena medida tanto el incremento de la producción como el mejoramiento de la productividad. Sin embargo, es igualmente significativo que Jalisco cuente con al menos dos cuencas lecheras importantes: Los Altos de Jalisco y la ribera del Lago de Chapala. De hecho, la primera es la principal cuenca de lechería familiar en México (Cervantes *et al.*, 2008; Rodríguez Gómez, 1998, 1999).⁵ Es también significativo que Jalisco, en particular Guadalajara, esté además espacial y comercialmente muy vinculado con una región productora de quesos análogos, el noroeste michoacano, en concreto, San José de Gracia.

En esta región, la elaboración de quesos frescos artesanales ha estado históricamente vinculada con la producción de leche. Existe una lógica

⁴ Para una discusión más amplia, véase Rodríguez Gómez, 1994, 1998, 1999; Busch y Bain, 2004: 323.

⁵ El estado de Jalisco produce 18% de la producción lechera del país (Confederación Nacional de Organizaciones Ganaderas, 2010: 22). En Los Altos de Jalisco se produce 85% de la leche que Jalisco aporta al total nacional (Rodríguez Gómez, 1999: 340). Información actualizada en la temporada de campo, 2005-2006. Según la Unión Ganadera Regional del Estado, Jalisco produce entre 3 y 3.5 millones de litros/leche/día (la Unión Ganadera Regional del Estado de Jalisco 2010, en <www.ugrj.org.mx>). Sin embargo, las estadísticas oficiales de la Confederación Nacional Ganadera reflejan sólo 1.9 millones de litros/leche/día como la producción de Jalisco (Confederación Nacional de Organizaciones Ganaderas, 2010: 22).

propia de las unidades productivas familiares especializadas en leche, que explica este entretrejimiento tan estrecho desde que la transnacional Nestlé convirtió a esta región, ganadera desde la Colonia, en la principal cuenca lechera familiar del país en los años 1940 (Gutiérrez Casillas, 1999; Rodríguez Gómez, 1998).

En primer término, la leche que no se alcanzaba a colocar en el mercado se transformaba en quesos. Éstos eran para el consumo de la unidad productiva, si bien en ocasiones eran vendidos a los vecinos. En segundo lugar, la leche es un producto muy perecedero. Así, dado que la mayoría de los productores carecen del espacio que les permita almacenar los excedentes o la sobreproducción estacional, éstos optaron por la elaboración de quesos con el fin de minimizar pérdidas en su principal actividad económica: la producción de leche fresca para su comercialización en el mercado.

Es aún más relevante hacer notar que las características que la globalización neoliberal ha tomado en relación con la especificidad del mercado de la leche alteña es relevante para entender el vínculo, recientemente reconfigurado, entre producción de leche y elaboración de quesos artesanales. A principios de los años noventa, las industrias transformadoras regionales, nacionales y transnacionales que captaban su principal insumo de la cuenca lechera de Los Altos exigieron a sus proveedores crear asociaciones con el fin de enfriar colectivamente la leche y comercializarla a la empresa procesadora.⁶ Estos poderosos actores presentaron la organización para el enfriamiento colectivo de leche como la única vía para que la producción alcanzara los estándares de calidad que el mercado global exigía. Diferentes entidades del Estado apoyaron con programas, conocimiento y recursos este nuevo ejercicio de poder de las industrias sobre los pequeños y medianos productores de la región. Dado el rechazo que durante casi cinco años mostraron los pequeños y medianos productores a esta demanda, las industrias se unieron y les dieron un ultimátum: entregaban leche enfriada colectivamente a las empresas lecheras o éstas dejarían de comprarla. Ante esta situación, la mayor parte de los pequeños y medianos productores se dieron cuenta de que la única forma de mantenerse en el mercado era adoptando la cultura de la organización para el mejoramiento colectivo de la calidad de la leche, vía el enfriamiento, para su comercialización acorde

⁶ En aquel entonces, el mercado de leche de Los Altos lo conformaban empresas transnacionales (Nestlé, Yoplait y Parmalat); industrias procesadoras nacionales (Alpura y La Mesa), e industrias regionales (Lechera Guadalajara-Sello Rojo, Lechera San José, y La Pureza). Para una discusión con mayor profundidad, véase Rodríguez Gómez, 1998.

con los nuevos estándares y regulaciones impuestos por las transformadoras ubicadas en la región.

Los productores formaron asociaciones para la entrega diaria de su leche, la cual sería almacenada y enfriada en un tanque de cinco mil litros de capacidad. Esta estrategia, alegaban los grupos de poder, se tuvo que utilizar dado que el promedio de producción diario de un pequeño productor no rebasaba los 80-100 litros diarios, inalcanzable dada la elevada atomización de los pequeños y medianos productores de esta región.

La otra cara de la moneda nos muestra a las industrias justificando sus ejercicios de poder sobre los productores al argumentar que era la única vía para que las cadenas agroindustriales vinculadas a la cuenca lechera de Los Altos pudieran mantenerse competitivas en el nuevo contexto de globalización que había formalmente inaugurado la firma del TLCAN (1994). Esto obedecía a que 90% de la leche producida en la región provenía de pequeños (60-70%) y medianos productores (20-25%), cuyos menguados volúmenes difícilmente podían ser enfriados en lo individual.

Este ejercicio de poder conllevó interacciones conflictivas, confrontaciones, rechazos, resignificaciones y acomodos entre las distintas lógicas, formas culturales, marcos epistemológicos, prácticas y experiencias de grupos dominantes y subordinados interactuantes, al tiempo que se reconfiguraba el mercado de la leche en Los Altos de Jalisco.⁷ El resultado fue la transformación radical de este mercado regional, que dejó de ser un espacio constituido sólo por la compra-venta y transformación de leche caliente (a temperatura ambiente). A partir de entonces el mercado de leche alterno se subdividió en dos: aquel que recibía sólo leche bronca enfriada y el otro que recibía leche caliente.

A partir de 1998, este mercado regional estaba constituido ya, por un lado, por un volumen importante de leche enfriada colectivamente o en lo individual en el caso de los productores a gran escala y que era comercializada, en ambos casos, a las agroindustrias lácteas de la región, y, por el otro, por leche fresca caliente que se destinaba a la comercialización de leche

⁷ La heterogeneidad, contradicciones y conflictos que caracterizaron estos encuentros y desencuentros entre actores que pertenecían a clases desiguales y que poseían formas de poder igualmente distintivas no sólo obedeció a la diversidad de ideas, prácticas y experiencias de grupos subordinados y dominantes, sino también a las marcadas diferencias y desigualdades que se daban en cada uno de estos grupos (Rodríguez Gómez, 1998: 334). Obedeció, simultáneamente, a la heterogeneidad de la demanda agroindustrial de leche bronca de la región.

bronca sin enfriar. Esto es, el mercado alteño de leche se reconfiguró en términos de las temperaturas —y, por ende, de formas diferenciadas de calidad de dicho lácteo: enfriada y caliente. Esta división ocultaba una partición más compleja del mercado, ya que eran las poderosas industrializadoras regionales, nacionales y supranacionales los agentes económicos únicos que se abastecían de la leche enfriada en colectivo con el fin de elaborar distintos tipos de leche pasteurizada y variedades de productos lácteos. En contraste, el segmento del mercado constituido por la leche caliente —o no enfriada— atendía la demanda de los *litreiros* (vendedores de leche bronca de puerta en puerta) que ofertan el producto en la región así como en Guadalajara, de los intermediarios que abastecían de leche caliente a las pequeñas pasteurizadoras locales y de los elaboradores artesanales de derivados lácteos (quesos, crema, mantequilla, cajeta y otros dulces regionales).

La segmentación del mercado en términos de la temperatura de la leche comercializada se fragmentó aún más finamente, ya que las temperaturas diferenciales hacían referencia explícita a criterios distintivos de calidad. El mercado de leche de Los Altos de Jalisco se tornó así en un espacio muy heterogéneo, cuya complejidad y diversidad fue construida por las especificidades y diferencias en criterios y exigencias de calidad de las poderosas empresas transformadoras, los productores, los elaboradores de productos lácteos y los consumidores rurales y urbanos. La calidad se convirtió en “la forma cultural” que determinaba este dinámico mercado de leche regional. La polisemia de la calidad conllevó el establecimiento de una jerarquía de precios, acorde con las distintas calidades. En este mismo sentido, la polisemia de la calidad explica cómo es que las ideas y prácticas de calidad son informadas, al tiempo que informan, de una miríada de significados, y por ende de prácticas en torno a los diversos significados otorgados a los estándares de calidad, los cuales fueron “determinados por completo por el contexto sociocultural, económico y de poder en el que se construye[ron]” y por la fluidez de relaciones de los actores involucrados en su construcción (Volosinov, 1986: 79).

Al cierre del siglo xx, “la calidad acorde a estándares globales” era ya un elemento constitutivo del mercado lechero alteño e hilo conductor de los saberes y quehaceres relacionados con la producción y transformación de la leche, mas no necesariamente con el consumo de ésta.

La capacidad de los pequeños (69%), medianos (20%) y grandes (10%) productores de leche en tanto actores y hacedores del cambio sociocultural, económico y político que conllevó la reconfiguración de la cadena

agroindustrial de leche en aras de la calidad acorde a estándares globales se manifestó en el cuestionamiento, el rechazo y finalmente, la aceptación de las ideas y prácticas de calidad que las diversas agroindustrias impusieron sobre la gran mayoría de los productores. Pero, también se expresó en el abandono de la producción de leche como actividad económica principal de un número importante de ganaderos de la región.

En otros casos, los productores dejaron de comercializar su leche para utilizarla como insumo en la producción de quesos, actividad que adoptaron con el fin de rechazar el cambio impuesto por las industrializadoras (Rodríguez Gómez, 1998, 2005-2008, notas de campo). La relevancia de la elaboración de quesos como alternativa frente a los cambios en la producción de leche debe ser considerada, ya que un queso representa valor agregado en relación con el precio que los pequeños y medianos productores obtienen por la leche vendida a las industrias transformadoras. Los quesos también representan un espacio de maniobra más amplio en términos de comercialización, ya que no caducan tan rápido como la leche. La fábrica de quesos es concebida, por tanto, como una actividad que provee un ingreso monetario mayor si quien la lleva a cabo cuenta con distintas formas de capital para invertir las en esta actividad económica especializada (Indalecio, 2006, notas de campo).

La consolidación de las organizaciones de pequeños y medianos productores para el enfriamiento y comercialización no terminó de cuajar. A punto de cerrar la década de los noventa, muy pocas de las 330 asociaciones de productores creadas antes de 1995 seguían funcionando. Las poderosas agroindustrias habían echado a andar una nueva forma de cambio multidimensional en torno a la introducción no negociable del “significado” (ideas y prácticas) para el mejoramiento de la calidad, el cual se ceñía, al menos discursivamente, a los cambiantes estándares globales. Ahora exigían la entrega de leche enfriada en tanques de almacenamiento y enfriamiento individuales de 250 o 500 litros de capacidad. Abandonaron, con ello, el uso de los tanques de 5 000 litros de capacidad. Al hacerlo, dejaron de lado tantos esfuerzos, riesgos, costos y adaptaciones que conllevó la implantación del sistema anterior, 1990-1995.

Este proceso de cambio, ahora materializado en el enfriamiento individualizado, representó una reconfiguración más de la relación productor-industria procesadora. Conviene recalcar que este cambio introducido con el pretexto de mejorar la calidad en consonancia con los nuevos criterios del entorno global: 1] representa un intento de parte de estos poderosos

agentes por enfrentar el poco éxito que tuvo la consolidación de los procesos asociativos de productores para la comercialización colectiva de leche enfriada; 2] objetiva una forma más de neutralizar el poder que algunas asociaciones habían alcanzado en tanto grupo de productores aliados entre sí para luchar contra las desiguales condiciones que habían impuesto las agroindustrias sobre la relación productores de leche asociados-mercado industrializado de leche.⁸

LOS PRODUCTORES DE QUESO TRADICIONAL A PRINCIPIOS DEL SIGLO

Hace poco más de 10 años, pequeños y medianos productores de leche, así como queseros artesanales, comentaban que pensaban proseguir en las mismas actividades, ya que la tierra y las vacas eran fundamentales para la conformación tanto de su identidad como de su vocación individual, familiar y regional (Rodríguez Gómez, 1998). Quienes estaban vinculados a la producción y transformación de la leche sostenían que de ninguna forma abandonarían estas actividades porque eran las únicas que les daban ingresos en efectivo regulares. Algunos solían contrastar el mayor significado que la producción de leche y de sus derivados tenía si comparaban la fluidez de dinero que les producía ésta con la práctica inamovilidad de ingresos monetarios derivados de la posesión de la tierra o de la estacionalidad de las cosechas (Rodríguez Gómez, 1998, 2000). Animales, leche y quesos eran entonces objetivaciones de capital material (*i.e.*, ahorros) con disponibilidad inmediata de uso.

Hoy en día, sin embargo, algunos comentan con enfado que si las vacas no les dan ganancias... las acabarán (*i.e.*, las venderán) y se irán de migrantes al Norte o se dedicarán a labores ajenas al campo. Algunos otros como Isidro, quien produce quesos de la leche de sus propias vacas, consideran que:

Si la lechería o los quesos siguen siendo negocios que dan poquitas ganancias o que se mantienen porque uno les pone dinero de sus bolsillos... p's tendre-

⁸ Cabe preguntarse si la consolidación de las organizaciones de pequeños y medianos productores hubiese sido posible si el Estado conjuntamente con las agroindustrias hubieran puesto en marcha programas que apuntalaran el endeble proceso asociativo que ambas instancias echaron a andar. Hasta donde quieren recordar las voces de diversos actores, éstas señalan que fueron muy escasos en cuanto a los programas y recursos que tanto el Estado como las industrias procesadoras de leche arrancaron con este fin.

mos que dejarlos porque si uno les pone de su dinero pues no son negocio, digo yo.

Isidro es uno de los pocos queseros que comercializa por igual quesos de mesa y leche. Temprano por la mañana distribuye los quesos que elaboró en la madrugada a partir de la leche cuajada de un día antes. Al terminar con esta actividad, Isidro va de esquina en esquina vendiendo leche bronca a las amas de casa o en las tienditas ubicadas en los márgenes de Tepatitlán con rumbo a Acatic. Mediante estas dos actividades este actor ha logrado integrar una cadena agroalimentaria corta, con dos productos distintos, los cuales le permiten dos formas distintas de vinculación con el mercado. En su rancho, Isidro junto con su hijo casado se dedica no sólo al cuidado del ganado de leche sino también a la engorda de cerdos para el mercado. Estas actividades las llevan a cabo mientras las dos hijas de Isidro y su yerno atienden la tienda de abarrotes que la unidad productiva tiene en Tepatitlán, en la cual ofertan algunos de sus quesos frescos. La mujer de Isidro, por su parte, no interviene en ninguna de estas actividades económicas, ya que ella se dedica a la práctica profesional de la enfermería en uno de los hospitales de esta ciudad alteña.

Cabe apuntar al respecto que esta forma de concebir sus actividades económicas no necesariamente trae aparejada la conceptualización de ellos mismos como “empresarios”.

En el caso de los productores de queso entrevistados, al igual que en el caso de Isidro y Lucía, ninguno se concibe a sí mismo, ni permite que se le defina como “empresario”, pues dicen no serlo. Ellos son “queseros en busca de ganancias”. Quienes se autonombran queseros, me explica Luis, son productores medianos que cuentan con una fabriquita que les permite producir volúmenes cinco o seis veces mayores que los de los queseros artesanales de pequeña escala. Son actores que controlan distintas formas de capital material, simbólico y político y, sobre todo, conocen bien la técnica productiva de quesos frescos artesanales, el mercado y la fuerte raigambre sociocultural de éste. Los queseros coinciden en señalar que ser un buen y afamado quesero no es sólo cuestión de producir quesos frescos artesanales de calidad; tiene tanto o más que ver, en su opinión, con los diversos recursos, información, conocimientos y formas de poder a los que puedan acceder y con los segmentos de mercado a los que puedan vincularse.

Antes de pasar al examen de las ideas y prácticas en torno a la elaboración de quesos artesanales de calidad, vale la pena aprehender el proceso

de construcción del mercado de leche caliente y leche fría que se dio en el municipio de Acatic (al sur de Los Altos) en la década pasada. La construcción de este espacio de mercadeo diferenciado, fruto de la imposición de los criterios de calidad acordes a normativas globales, abrió nichos de oportunidad a los productores artesanales. El caso de Acatic es una ilustración paradigmática de estos procesos de cambio.

LOS AÑOS NOVENTA Y LA TRANSFORMACIÓN DE ACATIC EN CUENCA LECHERA

De 1990 a la fecha, el municipio de Acatic ha pasado del predominio de la producción de teja a la producción agropecuaria (cultivo de maíz así como ganadería de leche y, más recientemente, de agave azul; engorda de cerdos y pollos; cría de ganado de carne), como principales actividades económicas (véase González Pérez, 2005: 14; Espinoza Contreras, 2007). Hoy en día, la totalidad de las tierras aptas para la agricultura se dedican a dichas actividades. Un quinto de la población vive en rancherías dispersas en el municipio, mientras que la mitad radica en la cabecera municipal. El resto habita en pequeños asentamientos semiurbanos. La población dedicada a las actividades agropecuarias representa 32.37% de la población económicamente activa (González Pérez, 2005).

A principios de los años noventa, la producción de leche creció rápidamente, vinculada al vigoroso desarrollo de la industria procesadora de leche más fuerte de Jalisco, Lechera Guadalajara-Sello Rojo. Cabe notar que el propietario de dicha compañía es originario de Acatic y pertenece a una de las familias económica y políticamente más fuertes de la región.

Cuando arrancó la actividad lechera en este municipio, la Asociación Ganadera Local de Acatic junto con FundeTep (la oficina regional de la Fundación Mexicana para el Desarrollo) puso en marcha programas para la conformación de cooperativas de pequeños y medianos productores cuyo fin era el mejoramiento de la calidad vía el enfriamiento colectivo. Como se señaló anteriormente, fue parte de las transformaciones propuestas para la cuenca lechera de Los Altos de Jalisco, y promovidas por las agroindustrias y las distintas instancias del Estado mexicano y de Jalisco. Lechera Guadalajara apoyó decididamente estos esfuerzos de “modernización a la global”, al facilitar créditos blandos a los productores, venderles a plazos vaquillas de calidad importadas de EUA y Canadá, facilitar tecnología (ordeñadoras

mecánicas) y ofrecer programas de fomento y consolidación asociativa y mejoramiento de la calidad de la leche.

El resultado de estos procesos fue la constitución de la cooperativa Productores de Leche de Acatic, S.C. de L. (Prolea), conformada entonces por 44 pequeños y medianos productores. En 1991, al organizarse la cooperativa, el grupo contaba con un tanque de enfriamiento de 5 000 litros de capacidad. A partir de entonces, Prolea ha permanecido vinculada al mercado industrializado de leche vía la entrega diaria a Lechera Guadalajara.

A semejanza de lo ocurrido en el resto de Los Altos, el fin de los años noventa conllevó la fragmentación del enfriamiento colectivo de la leche en Prolea para dar paso al enfriamiento individualizado. La justificación de Lechera Guadalajara fue similar a la ofrecida por las otras agroindustrias a sus proveedores: el mejoramiento de la calidad acorde con los nuevos estándares exigidos por el mercado global. En ese momento, Prolea contaba con 407 miembros registrados, los cuales entregaban 140 450 litros/leche/día a la procesadora. Este nuevo ejercicio de poder fue cuestionado, rechazado, resignificado, leído y reapropiado de distintas maneras por los diferentes miembros de la cooperativa.

En 2007, Prolea era una de las escasas asociaciones de productores que seguía en funciones de las 330 constituidas, aunque no todas consolidadas, en Los Altos de Jalisco en 1995, a pesar de que el principio unificador ya no es el enfriamiento colectivo, sino el enfriamiento individual en aras del mejoramiento de la calidad del insumo ofertado al mercado.⁹ Esta cooperativa está formalmente constituida por 300 socios. Algunos están asociados mediante la entrega de leche enfriada, otros vía el compromiso de venta de la totalidad del maíz que producen. Quizá por esta razón algunos socios señalan que son sólo 92 miembros activos en Prolea. Y “somos sólo nosotros”, afirma orgulloso Joaquín, “quienes producimos los 342 948 litros/leche que Prolea comercializa diariamente a Lechera Guadalajara”.

Algunos de los productores que se desvincularon de Prolea cuando Lechera Guadalajara impuso el enfriamiento individualizado, continúan especializados en la producción de leche y relacionados con el segmento

⁹ En Acatic aún quedan dos tanques colectivos y, de hecho, recientemente se formó un establo colectivo cuyas bases son los miembros de otra asociación comercializadora de leche enfriada en colectivo. Sin embargo, estas tres formas organizativas cuentan con un reducido número de miembros, al tiempo que producen un volumen significativamente menor de leche en relación con Prolea.

de leche fría del mercado alteño. Comercializan su leche, entre otras medidas, al principal intermediario local y transformador regional: La Alteña. Ésta, a diferencia de las grandes industrias procesadoras, no exige tan altos estándares de calidad, a decir de los propios productores. Algunos —otrora miembros de Prolea— optaron por dejar el segmento industrializado del mercado de leche alteño y se han enfocado en comercializar su producción en el mercado caliente, entre ellos se encuentran algunos de los productores (*boteros*) que proveen el insumo para la producción de quesos artesanales. Otros simplemente vendieron sus vacas, abandonaron las actividades agropecuarias o se fueron de migrantes al Norte.

En resumen, los pequeños y medianos productores de Acatic cuentan con un mercado de leche que continúa siendo muy diversificado en términos de criterios de calidad. El segmento de leche caliente, que está marcado por la polisemia de la calidad, se ha abierto como una ventana más de oportunidad para quienes han abandonado la producción lechera como su principal actividad económica.

LA PRODUCCIÓN DE QUESOS Y LA CONSTRUCCIÓN COTIDIANA DE LA CALIDAD EN ACATIC

En Acatic hay cuatro queseros artesanales. Los cuatro sostienen que producen quesos frescos artesanales de calidad, ya que los elaboran con leche bronca y no con ningún derivado o sustituto lácteo, como, según ellos, lo hacen las queserías que desleal y fraudulentamente compiten con los quesos de calidad que ellos producen. Dos de los informantes, Luis y, de alguna manera, también Juan, argumentan que ellos pueden garantizar la calidad de sus quesos ya que son ellos los que producen la leche que se utiliza en su elaboración.

El caso de Lucía y de Elías es un tanto distinto; ninguno de los dos produce la leche que utilizan como insumo para la elaboración de derivados lácteos artesanales. La compran a *boteros*, quienes se la venden en pequeños volúmenes. Tanto Lucía como Elías afirman que están seguros de la calidad de sus quesos porque han seleccionado cuidadosamente a los productores que les entregan la leche bronca y porque confían en las prácticas higiénicas de éstos. Sin embargo, vale la pena apuntar que ninguno de los dos cuenta con instrumentos para medir o cuidar la calidad. Sólo Elías tiene el cuidado de “colar” la leche al vaciar las cantaras (hoy baldes o botes

de pintura, en la mayoría de los casos) en las mangueras que la conducen a las tinas para hacer el cuajo del queso o directamente en las tinas.

De hecho, el único criterio de calidad en el que coinciden Elías y Lucía es en solicitar a sus proveedores que la leche no venga “bautizada”, esto es, mezclada con agua, método mediante el cual el productor y el vendedor de leche pueden incrementar el volumen de dicho bien.

Lo que estos discursos de los queseros muestran es que hay dos formas “populares” de garantizar la calidad de la leche y, por tanto, la calidad de los quesos artesanales: contar con producción propia de leche, por un lado, o, por el otro, confiar en quienes la producen y se las venden.

Los cuatro coinciden con la percepción popular: los quesos artesanales son productos de calidad porque se utiliza en su elaboración leche bronca (no pasteurizada). Según ellos, la especificidad de este insumo básico determina la calidad. De todos modos, los criterios de calidad globalizados son fundamentales para la configuración de las cadenas agroindustriales de la leche, aun para aquellas cuyo producto final es la elaboración de quesos. Y con esas reglas tendrán que jugar.

LA CONSTRUCCIÓN DE UNA EMPRESA QUESERA BASADA EN LA CALIDAD

El esposo de Lucía, Elías, es miembro de Prolea. Buena parte del conocimiento y prácticas relacionadas con la calidad acorde a criterios globalizados que tienen, es fruto de los 10 años de Elías como productor de leche y de maíz vinculado al mercado mediante su pertenencia a esta cooperativa local.

Elías continúa entregando el maíz que cultiva a Prolea, en su calidad de socio regular, pero fue uno de los numerosos socios de la cooperativa que vendió sus vacas a fines de los años noventa cuando Prolea y Lechera Guadalajara impusieron el enfriamiento individualizado. Esa decisión coincidió con el ofrecimiento de un amigo de saldar con él una vieja deuda con equipo para hacer quesos en lugar de efectivo. Por ese entonces, la hija mayor de Elías y Lucía, que a la sazón tenía 20 años, ya habían aprendido los conocimientos básicos para elaborar queso artesanal mientras trabajaba en una empresa quesera de Tepatlán tras haber la terminado secundaria. Prácticas y conocimiento que fueron enriquecidos por su madre, Lucía, quien sabía hacer quesos tradicionales tras haber aprendido dicha actividad de sus padres antes de casarse.

Para Lucía y Elías, todos estos sucesos parecían ser la señal de que había llegado el momento de que la familia dejara la ranchería cercana a Acatic y se mudara a la cabecera municipal. Así lo hicieron, al tiempo que trataban de materializar su negocio de elaboración de quesos. Elías veía en esta actividad el potencial para que ocupara la posición dominante en la estructura económica y laboral de su unidad de producción, dado que había evidencias de que el queso proporcionaría, aún más que la comercialización de leche, una fuente de efectivo más regular y a corto plazo. Estos aspectos del negocio quesero eran importantes puesto que la producción de leche, el cultivo de maíz, la engorda de puercos —las principales actividades a las que se había dedicado— no eran fuentes de financiamiento inmediatas.

Su unidad productiva necesitaba un flujo más eficiente de efectivo puesto que sus dos hijos mayores estaban en la Universidad en Guadalajara, mientras que los cuatro más jóvenes todavía estaban en la escuela primaria y la secundaria en Acatic. Otro argumento de peso era saber que una de sus hijas ya tenía el *know-how* para hacer queso y que la otra (Telba, de 17 años) quería aprender. En estas circunstancias, la unidad de producción estaba en condiciones para comenzar un negocio familiar potencialmente lucrativo o de mayor valor agregado, al menos, que las actividades agropecuarias que realizaba la unidad de producción.

Lucía y la hija mayor de Elías asistieron a un programa municipal ofrecido en Tepatitlán para aprender cómo hacer quesos frescos artesanales de calidad. Recibieron no sólo el apoyo de la familia para el proceso de aprendizaje, sino también el aliento de Elías para emprender una actividad económica que parecía que iba a mejorar la productividad de su negocio familiar siguiendo las convenciones de calidad globalizada y, con ello, las tendencias del mercado agroalimentario. La experiencia de Elías como socio de Prolea ya lo había puesto en contacto con el discurso dominante: la eficiencia y la calidad competitiva en la producción de alimentos. Éstas eran clave en el funcionamiento de su empresa quesera.

Al mismo tiempo, Elías recibió apoyo crediticio del gobierno para establecer su nueva empresa alimenticia familiar. El financiamiento era fruto de un esfuerzo conjunto entre el municipio de Acatic y el Fondo Nacional de Apoyo para las Empresas Solidarias (Fonaes) para los productores de pequeña escala. El objetivo de producir lácteos de calidad era uno de los principios básicos para obtener el préstamo. No obstante, en contraste con los programas estatales previos de fomento a las “empresas sociales”, este

programa se hallaba regido por el discurso oficial resignificado en materia de empresa o negocio.

Vale la pena señalar que de 1995 a 2000, la Secretaría de Desarrollo Social (2000) tuvo el programa conocido como Fonaes. Los objetivos de éste eran: 1] apoyar el surgimiento y desarrollo de iniciativas productivas entre grupos organizados; 2] consolidar procesos productivos competitivos que podrían tener un impacto elevado y gran importancia social; 3] desarrollar las capacidades empresariales de los grupos sociales, y 4] asegurar la viabilidad financiera, económica y técnica de estos proyectos (Fonaes, 2000: 46). Curiosamente, la población objetivo (los actores que podrían obtener beneficios del programa) se hallaba constituida por campesinos, indígenas y población urbana en pobreza extrema, que ya habían formado organizaciones formales (*idem*). Este programa incluía un subprograma especial denominado Fondo Empresarial de Capitalización (*ibid.*: 53), cuyo objetivo principal era trabajar con grupos insertos en un proceso organizativo “de corte empresarial” (*idem*). Las fuentes de financiamiento oficial y grupal tenían que ser utilizadas para llevar a cabo estudios, ofrecer propuestas, dar entrenamiento a sus miembros, contratar apoyo técnico externo; por su parte, la asociación quedaba obligada a participar en ferias del Fonaes (*idem*).

A partir del año 2000 Fonaes fue transferida a la Secretaría de Economía. Su objetivo general ha cambiado ligeramente, pero no ha estado exento de significado. Fonaes tiene ahora como prioridad el fomento del trabajo productivo y empresarial realizado por los mismos grupos (campesinos, indígenas y grupos urbanos de bajos ingresos). Sus objetivos específicos también sufrieron modificaciones con el fin de promover: 1] la construcción de capital privado mediante el apoyo financiero de proyectos valiosos y sostenibles; 2] habilidades empresariales (*i.e.* apoyo para enriquecer el “desarrollo empresarial” de los actores); 3] el proceso de asociación para la producción y el financiamiento, y 4] la construcción de grupos de mujeres y empresas mediante proyectos productivos. En esta nueva versión del programa, la población objetivo continúa siendo prácticamente la misma, salvo que ahora los grupos tienen que mostrar sus capacidades organizativas, productivas y empresariales de modo tal que está obligada a determinar sus procesos productivos (Fonaes, 2000).

En este contexto institucional recién transformado, la hija de Elías terminó su entrenamiento para manejar el conocimiento, las ideas y las prácticas necesarias para la elaboración de queso fresco artesanal. Paralela-

mente, Elías consiguió los recursos oficiales para construir una pequeña fábrica de quesos para sus hijas. La unidad de producción de Lucía y Elías comenzó entonces la aventura de acometer un negocio productor de queso artesanal de calidad.

Se describe a continuación, en palabras de Lucía, la historia de construcción de esta nueva empresa económica:

Hemos tenido una pequeña empresa familiar de elaboración de queso desde el año 2000. Desde entonces hasta ahora, mis tres hijas y yo nos hemos convertido en queseras profesionales. Primero, mi hija mayor fue a un taller para elaboración de queso organizado por la presidencia municipal de Tepatitlán. Luego, compartió sus conocimientos con mi segunda hija, mientras que mi esposo tomó la decisión de conseguir dinero para abrir un negocio de fabricación de queso. En la actualidad, mi segunda hija y la que le sigue son las que hacen el queso. Una joven de la misma calle en la que vivimos y mi cuñada han estado ayudándolas para mantener la producción promedio que nuestra fábrica ha alcanzado.

Lucía continúa explicando cómo la calidad ha sido el motor no sólo de la elaboración de los derivados lácteos que producen, sino también de las innovaciones tecnológicas y los cambios en los procesos que han tenido que adaptar para mejorar la calidad en términos de higiene y sanidad del producto final.

Me gustaría decirte que siempre hemos tratado de mejorar la calidad de nuestros diferentes tipos de quesos, así como la del yogurt y la cajeta que producimos. De hecho, también hemos asistido a la mayoría de los talleres impartidos para alcanzar mejores condiciones de salubridad en nuestra fábrica, organizados por la presidencia municipal de Tepatitlán [esta localidad es la ciudad cercana más poblada a Acatic]. Nuestro objetivo ha sido garantizar la calidad de nuestros productos lácteos.

Estos últimos cursos de capacitación conllevaron que Lucía y Elías remodelaran la quesería, renovaran los instrumentos de trabajo y adecuaran los procesos de elaboración de quesos con el fin de garantizar la higiene de los mismos y, con ello, la inocuidad y calidad del producto final.

El primer paso de la empresa Quesos Acatic consistió en cubrir las paredes y el piso del cuarto en el que se elaboran los derivados lácteos, con

materiales fáciles de limpiar y, por ende, más higiénicos. Se trató, mediante ello, de garantizar condiciones higiénicas del proceso de elaboración de productos lácteos. De ahí se pasó a la sustitución de moldes de madera por moldes de plástico, ya que los primeros guardan más fácilmente deshechos que van contaminando los quesos al paso del tiempo. Cabe señalar, empero, que en algunas queserías, como la de los García en Tepatitlán, estos cambios aún no se dan.

En Quesos Acatic la búsqueda de la calidad y de la inocuidad de los quesos que elaboraban también implicó el cambio de las tinas de plástico a tinas de acero inoxidable, con el fin de remover mediante una limpieza constante los residuos contaminantes de la leche y de la cuajada. Los nuevos implementos, adecuadamente manejados, la ropa de trabajo especial —incluidos la cofia y el delantal—, garantizan mejor calidad sanitaria de los quesos elaborados. Asimismo, solicitaron el uso de cubre-bocas y de botas de plástico a las trabajadoras de la quesería como parte del proceso de elaboración de quesos de calidad, por medio de los cuales se garantiza la inocuidad del producto.

De momento, los cambios que marcan las regulaciones internacionales de calidad, adoptados por un número importante de empresas mexicanas, siguen introduciéndose en la producción de queso tradicional. Así, poco a poco, se ha ido logrando que los queseros alteños acepten etiquetar su producto artesanal como parte de los procesos antes mencionados (véase la foto).

Lo anterior está lejos de señalar que fue una tarea más ardua aún convencerlos de incluir en la etiqueta las especificidades nutricionales de los quesos, en particular de que apuntaran que el producto se elabora con pura leche de vaca. Hubo reticencias ya que esta regulación la interpretan como una forma más de control del aparato estatal, no tanto en lo referente a la calidad en sí misma, sino en lo tocante al volumen de producción, lo que podría tener repercusiones fiscales negativas para sus microempresas.

En el caso de Miguel, Lucía y Luis, la adopción del seguimiento del empaquetado y etiquetado de sus adoberas ha ido relativamente más ágil, ya que se han apoyado en distintos programas del Ayuntamiento de Tepatitlán. Esta instancia municipal no necesariamente se ha distinguido por la constancia en los talleres de capacitación que ofrece a los productores, como señalan los queseros. Sin embargo, aclaran la importancia de su labor en comparación con la ausencia de programas de esta índole en el resto de



Etiquetas con información nutricional y código de barras.

las instancias públicas y privadas relacionadas con las cadenas agroindustriales de quesos artesanales.

Gracias a lo anterior, las adoberas de Lucía y su familia se venden siguiendo algunas de las especificaciones y normatividad que exige el mercado mundial de quesos.

Al principio de 2009, el pequeño negocio familiar de Lucía y Elías producía una variedad de quesos frescos: adobera (para fundir y de mesa), queso redondo (queso fresco), panela botanera (un tipo de queso fresco más aguado que lleva chile jalapeño y jamón). La fábrica adquiría entre 600 y 800 litros de leche bronca semanalmente para producir 250 quesos redondos y 120 adoberas. Además, producían también 200 litros de yogurt y 50 litros de cajeta semanales.

Lucía se encarga ahora de la comercialización en general, pero distribuye asimismo junto con Elías, su esposo, a las tiendas que venden su producción.

Durante los cuatro años de mi investigación en campo, Lucía y sus hijas estaban conscientes de que ninguna de ellas había recibido educación formal para convertirse en “empresarias”. Lo que hizo Lucía para superar

esta limitación fue, primero, registrar su negocio en el programa de Fonaes para mejorar la comercialización. A partir de entonces, informalmente se encarga del manejo de su unidad de producción tanto como de la distribución de los distintos productos derivados de leche que en ella se elaboran cotidianamente. No obstante, no llevan una contabilidad formal de su producción, ni de la cantidad que expenden, según comprobé después de acompañar varias veces a ella y a Elías en los recorridos que llevaban a cabo para acomodar los productos elaborados por su empresa en la región. Su meta sigue siendo mejorar la calidad puesto que es la única forma de que su negocio se mantenga y crezca.

EMPRESARIO O QUESERO EN BUSCA DE GANANCIAS POR LA VÍA DE LA CALIDAD

Cuando pregunté a uno de los funcionarios encargados del fomento de las empresas agropecuarias de Jalisco qué era un empresario, recibí un breve silencio por toda respuesta. El señor S. me miró fijamente y contestó: “no existe una definición de empresario en términos formales”. Tras revisar los diferentes programas que ha introducido la Secretaría de Agricultura para volver las actividades agrícolas negocios exitosos durante la anterior administración presidencial (2000-2006), el señor S. recordó las Reglas de Operación del Programa de Apoyo para Acceder al Sistema Financiero Rural.¹⁰ En el capítulo III, artículo 5, señaló el señor S., podemos observar que la población objetivo son los productores agropecuarios interesados en armar un agronegocio. El funcionario complementó su referencia a estas Reglas definiendo a un empresario, entonces, como todo productor, en pequeña o mediana escala, que busca dotar de valor añadido al bien agroalimentario que produce con el fin de ser competitivo.

Según este planteamiento, Lucía es una empresaria. Desde el origen de su pequeña empresa quesera, ella y otros miembros de su unidad de producción han trabajado duro para mejorar la calidad. Dado que la calidad es un valor añadido para mercancías como los quesos, sostengo que Lucía es una empresaria y su pequeña fábrica artesanal de quesos es un agronegocio.

¹⁰ *Diario Oficial de la Federación*, viernes 13 de junio de 2003. Sagarpa, Reglas de operación del Programa de Apoyo para Acceder al Sistema Financiero Rural.

Sin embargo, ni Lucía, ni Elías, ni sus hijas mayores, ni mucho menos lo hacen los hijos varones de esta unidad de producción, piensan en su negocio de elaboración de queso como una empresa. Más bien, definían sus actividades como una vía para aumentar sus ingresos. Para ellos, la elaboración de quesos y de otros derivados lácteos es una actividad remuneradora, similar a la producción de maíz para el mercado o la engorda de puercos para la venta en los mercado local y regional. Es también similar a la producción y comercialización directa de rosas que está a cargo del hijo mayor en invernaderos y florerías que han instalado en Acatic.

Curiosamente, creen que la elaboración de queso, así como la producción de flores son actividades económicas que producen beneficios más elevados que las realizadas por Elías, dado que tanto una actividad como la otra están regidas por la calidad y se adaptan de manera estricta a las demandas específicas impuestas para la comercialización, esto es, por el mercado.

Ya hemos visto cómo preocupa a Lucía la calidad de los quesos conforme al tipo de leche utilizada en su elaboración. El cuidado para hacer y manejar los quesos acorde con las reglas higiénicas para la seguridad de los alimentos es otra forma en que la calidad es producida por estos queseros. Sus cuartos de elaboración de quesos y su equipo son los más limpios de las cuatro pequeñas fábricas de queso de Acatic y otras 10 ubicadas en Tepatitlán, Capilla de Guadalupe y Ameca en las que llevé a cabo observación participante de 2006 a 2009. Además, los quesos de Lucía están cuidadosamente empacados y refrigerados una vez terminados, al igual que los otros. La diferencia en cuanto a calidad estriba en que los quesos frescos artesanales de Lucía son los únicos cuya etiqueta lleva parte del contenido y las especificaciones nutricionales dirigidas a los consumidores que las instituciones oficiales exigen a los alimentos de calidad.

La materialización de una variedad de ideas y prácticas de regulaciones globalizadas en lo que respecta a la calidad (en tanto *food safety*/seguridad de los alimentos) en los quesos frescos de Lucía es para ella y para su unidad de producción la clave para obtener beneficios de su empresa. En cambio, el discurso oficial exige planeación estratégica, estrategias de mercadotecnia ideadas formalmente, dirección técnica y control de ventas como ideas fundamentales y prácticas de espíritu empresarial en la nueva fase de capitalismo neoliberal en México. Lucía es consciente de que su empresa no se halla administrada con base en estas premisas. Por añadidura, a Lucía y a su esposo Elías les preocupa el pequeño tamaño de su negocio, dado

que carecen de las habilidades y los contactos sociales y comerciales necesarios para tener acceso al mercado tapatío. Esto explica por qué definieron la elaboración de quesos más como una búsqueda de beneficios que como una empresa. De modo similar, recordemos que los agentes de los supermercados de Guadalajara no adquieren los quesos de Lucía porque son elaborados con leche bronca y no pasteurizada. De este modo, ponen de manifiesto que consideran a estos queseros como artesanos y no como empresarios.

Sostengo, sin embargo, que Lucía, así como los otros tres elaboradores de quesos artesanales, están haciendo negocios y, a su estilo, son empresarios. Elaboran queso como una actividad económica importante por medio de la apropiación, la adaptación, el rechazo, la resignificación de ideas y prácticas que la globalización neoliberal ha desatado en la sociedad y la cultura de Acatic. En otras palabras, estos queseros están en vías de construir procesos importantes socioeconómicos, culturales y de poder desde abajo. En este proceso, están dando especificidad a la globalización neoliberal en este campo dinámico sociocultural, material y de poder en el México rural.

REFERENCIAS

- Busch, Lawrence, y Carmen Bain, 2004. New! Improved? The transformation of the global agrifood system, *Rural Sociology* 69 (3): 321-346.
- Cervantes Escoto *et al.*, 2008. *Los quesos genuinos. Patrimonio cultural que debe rescatarse*, México, Mundi-Prensa-Universidad Autónoma de Chapingo-Universidad Autónoma del Estado de México.
- Confederación Nacional de Organizaciones Ganaderas, 2010. *Información Económica Pecuaria*, núm. 19, en <www.cnog.org>.
- Diario Oficial de la Federación (DOF), 2002. *Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa*, Secretaría de Economía, <<http://www.PYMES.gob.mx/default.asp>>.
- DOF, 2003. *Reglas de operación del Programa de Apoyo para Acceder al Sistema Financiero Rural*, Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, 13 de junio de 2003.
- Espinoza Contreras, Telba, 2007. Cada quien con su calidad: la desintegración de asociaciones de ganaderos de Acatic y nuevas formas de globalización de las industrias lecheras en Los Altos de Jalisco, 1997-2006, tesis de maestría en Antropología Social, CIESAS. Manuscrito inédito.

- González Pérez, Cándido, 2005. *El desarrollo rural en Acatic, Jalisco*, Tepatitlán, Universidad de Guadalajara—Centro Universitario de Los Altos—Municipio Acatic.
- Gutiérrez Casillas, Patricia, 1999. La Nestlé en el proceso histórico de Lagos de Moreno. Tesis de Licenciatura en Historia, Universidad de Guadalajara. Manuscrito inédito.
- Fonaes, 2000. Fondo Nacional de Apoyo para las empresas de Solidaridad (Fonaes) 1995-2000, pdf consultado en internet, 22 de septiembre de 2005.
- Jenkins, Steven, 1996. *Cheese Primer*, Nueva York, Workman Publishing Company.
- Promar International, 2004. *Cadena agroindustrial: queso*. Managua, Instituto Interamericano de Agricultura.
- Rodríguez Gómez, Guadalupe, 1999. Weaving quality and power: The domestication of global conventions among dairy farmers in Western Mexico, *Journal of Urban Anthropology and Studies of Cultural Systems and World Economic Development* 28 (3-4): 327-371.
- Rodríguez Gómez, Guadalupe, y Patricia Chombo (coords.), 1998. *Los rejuegos de poder. Globalización y cadenas agroindustriales de leche en Occidente*, Guadalajara, CIESAS—CIATEJ—SIMorelos—Conacyt—Paiepeme—UAM—Xochimilco.
- Rodríguez Gómez, Guadalupe, 1994. Crisis o eficiencia: Los ganaderos de leche de Los Altos de Jalisco y la apertura comercial de México, en Claudio Esteva Fabregat (ed.), *Sistemas de trabajo en la América indígena*, Quito, Abya Yala.
- Secretaría de Desarrollo Social, 2000. *Fondo Nacional de Apoyo para las Empresas de Solidaridad (Fonaes), 1995-2000*. Mexico, Sedesol.
- Unión Ganadera Regional de Jalisco, sitio electrónico, en <<http://www.ugrj.org.mx>>.
- Volosinov, V.N., 1986. *Marxism and the Philosophy of Language*, Cambridge, Harvard University Press.

CONSTRUCCIÓN DE Y DEBATE SOBRE LA CALIDAD DEL QUESILLO ARTESANAL OAXAQUEÑO EN LOS ÁNGELES, CALIFORNIA

Maximino Matus Ruiz

El quesillo es un alimento que comúnmente se identifica con el estado de Oaxaca, México. Los orígenes de su producción se relacionan territorial y culturalmente con la región de los valles centrales.¹ Sin embargo, debido a la popularidad nacional e internacional de este queso artesanal, la crisis por la que atraviesan los ganaderos oaxaqueños y la carencia de una ley que regule su origen y las características de su producción, su elaboración se ha expandido a otras regiones e incluso ha cruzado las fronteras nacionales.²

En este capítulo se deshebran algunas de las conexiones transnacionales del quesillo a partir del análisis de la construcción polifónica³ que diversos actores hacen respecto a la calidad del queso artesanal oaxaqueño que se expende en restaurantes de la ciudad de Los Ángeles, California, en EUA. El quesillo, y las múltiples hebras que lo constituyen, son utilizados como metáfora y discurso material para explorar el efecto que esta polifonía de parámetros tiene sobre la constitución de su cadena agroalimentaria, cuyo consumidor final es el mercado californiano.

En los siguientes apartados se examinará esta problemática a partir del abordaje de las cadenas transnacionales de distribución que introducen clandestinamente el quesillo a Estados Unidos; del análisis de la construcción e interpelación de la calidad de este alimento oaxaqueño en los extremos de la cadena agroalimentaria, es decir, aquellas áreas donde interactúan productores, “catadores” y consumidores; y examinando las diversas inspecciones sa-

¹ La relación indexical del quesillo como alimento tradicional oaxaqueño, se expresa en múltiples dimensiones discursivas. Una de ellas es su utilización metafórica cuando se habla de la política de su estado natal.

² Véase Virgilio Sánchez, Comen su queso a Oaxaca, en *Inforural*, <<http://www.inforural.com.mx/noticias>>, consultado el 13 de octubre de 2009.

³ Término desarrollado por Mijaíl Bajtín para hacer referencia a la forma en que cada personaje manifestaba su forma particular de ver el mundo en la novela *Crimen y castigo* de Dostoievski. Véase Iván Igartua, 1997: 221-235.

nitarias de agentes estadounidenses del Estado que intentan regular la calidad del quesillo que se expende en los restaurantes oaxaqueños de Los Ángeles.

LA CALIDAD Y EL QUESILLO EN LOS ÁNGELES

Para el caso específico del quesillo que se vende en la ciudad de Los Ángeles, la calidad, en tanto construcción polifónica y forma discursiva de poder (Rodríguez Gómez, 2002, 2004), es expresada en múltiples dimensiones. Una de sus materializaciones son las políticas que intentan controlar la inocuidad de los productos de origen lácteo que se introducen y comercializan en Estados Unidos. Los parámetros de estas políticas hegemónicas, en tanto representaciones del poder definitorio y regulador del Estado (Kearney, 1999), no coinciden con las categorías populares de autenticidad utilizadas por la mayoría de los productores, comerciantes y consumidores tradicionales de este queso artesanal. Lo anterior se da ya que cada uno de estos grupos dota de diferentes significados a lo que concibe como “quesillo de calidad” en Estados Unidos.

Desde una visión estática, las autoridades sanitarias estadounidenses consideran que la calidad se encuentra estrictamente relacionada con la inocuidad del alimento. Mientras que, para el resto de los actores, la calidad del quesillo es una construcción dinámica, abierta e inacabada donde interactúan múltiples factores para alcanzar el sabor, olor, color, consistencia y textura adecuada. La concepción de una visión hegemónica frente a una de tipo popular (Nugent y Gilbert, 2002) implica un complejo proceso de reapropiaciones y confrontaciones entre los actores involucrados, quienes haciendo uso de diversos recursos intentan establecer los significados relacionados con la calidad del alimento en disputa.

El conflicto entre las formas culturales de las políticas hegemónicas estatales y las concepciones populares respecto a la calidad del quesillo encuentra uno de sus puntos más álgidos de confrontación en la frontera México-EUA. En este punto, algunos actores despliegan múltiples estrategias para quebrantar la seguridad fronteriza, en cuanto al control de productos lácteos. Esto lo hacen con el fin de satisfacer a paladares demandantes de sabores “auténticos” allende la frontera. Es decir, aquéllos que el quesillo logra alcanzar cuando las artes de elaboración locales⁴ utilizan leche sin pasteurizar como ingrediente principal.

⁴ “Las artes de elaboración locales” hacen referencia a las prácticas de manipula-

La calidad del queso no es debatida exclusivamente entre actores con una visión hegemónica frente a una multiplicidad de concepciones populares en relación a la inocuidad y autenticidad de los alimentos. En este último grupo también encontramos voces polifónicas que, desde diferentes parámetros estéticos y sensitivos, debaten lo que es un queso de calidad. Esto está relacionado con la historicidad del mercado para la comercialización del queso en Los Ángeles. En la década de 1980, por ejemplo, la calidad de este alimento se encontraba relacionada exclusivamente con su origen. Años después, y gracias a la expansión de los comercios que ofertan el queso artesanal oaxaqueño, fueron refinándose los parámetros “intrínsecos” y “extrínsecos” que los consumidores utilizan para evaluar la calidad del producto. En parte, esto se debió a las estrategias discursivas utilizadas por sus comerciantes para exaltar la calidad de sus productos y descalificar aquélla de su competencia.

El argumento central de esta investigación parte de reconocer que existe una multiplicidad de parámetros que construyen y debaten la calidad del queso en la arena transnacional. Éstos se posicionan entre una visión hegemónica, acorde con las regulaciones sanitarias que intentan controlar la inocuidad alimentaria en Estados Unidos, y aquéllas de carácter popular, identificadas con una diversidad de prácticas culturales que relacionan la calidad con diferentes parámetros estéticos, así como con el origen de los alimentos. El desencuentro entre, y al interior de, estas posiciones, impide la coordinación de las categorías de inocuidad, autenticidad y calidad de este queso artesanal. Paradójicamente, esta confrontación polifónica ha impulsado la expansión del mercado para la comercialización del queso en la ciudad de Los Ángeles.

CADENAS TRANSNACIONALES PARA LA DISTRIBUCIÓN DEL QUESILLO OAXAQUEÑO

En esta investigación, las cadenas agroalimentarias del queso constituidas entre Oaxaca y Los Ángeles son identificadas con un conglomerado multi-jerarquizado de actores, objetos y tecnologías (Callon, 1998, 1999). Éstos, a su vez, vinculan diferentes espacios físicos y sociales con la finalidad es-

ción utilizadas en la confección de los alimentos dentro de un espacio social particular. Estas prácticas no son estáticas, sino que cambian con el tiempo. Empero, el discurso colectivo se impone sobre la innovación individual, particularmente en aquellos casos donde los alimentos son destinados al intercambio de mercado.

pecífica de producir, distribuir, comercializar y consumir este alimento. Los diferentes eslabones que conforman estas cadenas, hasta antes de que los alimentos lleguen al consumidor, pueden ser controlados por un operador central o actuar como unidades semiautónomas que establecen relaciones comerciales, de confianza y poder con el resto de los actores involucrados.

La mayoría de las cadenas agroalimentarias aquí analizadas son de carácter informal, ya que no están reguladas por las autoridades administrativas de los estados nacionales donde operan. Al mismo tiempo son consideradas de bajo perfil tecnológico, ya que la mayoría de los diferentes transportes utilizados para distribuir los productos y las bodegas usadas para almacenarlos antes de llegar a su destino final, carecen de sistemas adecuados de refrigeración.

En los siguientes apartados se explora el efecto que tiene la pluralidad de parámetros respecto a la calidad de los alimentos oaxaqueños. En primer lugar, se explora el área de la cadena donde múltiples actores, haciendo uso de diversas tecnologías, se especializan en la distribución de los alimentos entre el estado de Oaxaca y Los Ángeles. Para fines prácticos, este eslabón es denominado “cadena de distribución”. En un segundo apartado se profundiza en las áreas de la cadena que involucra a los productores, “catadores”, comercializadores y consumidores.

EL QUESILLO OAXAQUEÑO: DE LA COCINA DE LAS MIGRANTES A LAS CALLES

A principios de la década de 1980, algunas mujeres oaxaqueñas radicadas en la ciudad de Los Ángeles comenzaron a vender productos alimenticios en sus casas. Poco después, algunas de ellas continuaron con esta comercialización mediante el ambulante. Debido al incremento de la demanda de productos “auténticos” (*i.e.*, provenientes de su estado de origen), estas mujeres empezaron a construir las primeras cadenas de distribución de alimentos mexicanos de Oaxaca en dicha ciudad. Estas cadenas, a su vez, se sustentaban en la introducción clandestina de alimentos oaxaqueños a Estados Unidos, ya que las leyes estadounidenses prohíben la importación no reglamentada de alimentos no industrializados, particularmente aquellos que se elaboran con leche no pasteurizada. Tenemos así que lo que dotó de la característica principal a los alimentos oaxaqueños en el mercado de Los Ángeles fue precisamente su origen.

Estas primeras mujeres comerciantes se vieron en la necesidad de diseñar diversas estrategias para quebrantar la seguridad fronteriza estadounidense que regula la introducción de alimentos con fines comerciales. Cabe aclarar que este tipo de políticas sanitarias no son exclusivas de Estados Unidos. Cuando un alimento es introducido con fines comerciales a un territorio nacional, diferente del lugar donde fue producido, es indispensable que antes apruebe una serie de códigos y estándares de inocuidad establecidos por diversas instituciones internacionales y nacionales cuya legitimidad se la dota el Estado-nación en cuestión. En el caso estadounidense, esta serie de trámites son particularmente relevantes. Si bien, toda persona puede introducir alimentos destinados al autoconsumo,⁵ cuando éstos son introducidos con fines comerciales, la Food and Drug Administration (FDA) se encarga de regular, vigilar y sacar del mercado aquellos alimentos que no cumplen con sus estándares de inocuidad alimentaria.⁶ También tiene bajo su encargo contrastar las etiquetas de los productos alimenticios con su contenido nutricional. Como veremos a lo largo de la discusión, ambas funciones han implicado amplios desafíos para las personas que comercian el queso.

A principios de la década de 1990, una de estas cadenas tenía la capacidad de transportar semanalmente hasta dos toneladas de queso y otros alimentos típicos de Oaxaca. Esto sentó las bases para que, tiempo después, aquellos comerciantes que fueron estableciendo formalmente negocios para la venta de comida oaxaqueña, desarrollaran cadenas de distribución capaces de transportar una mayor cantidad de productos alimenticios antes de que perdieran su calidad por el tiempo de traslado. Lo anterior fue dando como resultado el desarrollo de cadenas más complejas, surgieron nuevos actores y se introdujeron nuevas tecnologías para su operación. En estas cadenas participan desde familiares o amigos que compran

⁵ Con excepción de aquellos agroalimentos que se encuentran bajo alerta sanitaria.

⁶ Extracto de una nota de advertencia aparecida el 14 de marzo del 2005 en la página en español de la FDA: "Últimamente, se han relacionado casos de tuberculosis en la ciudad de Nueva York con el consumo de quesos frescos, ya sea importados desde México o consumidos en dicho país (...) La FDA recomienda que los consumidores no coman quesos blandos de leche sin pasteurizar que no estén a punto provenientes de México, Nicaragua u Honduras (...) Además, la FDA recomienda que los consumidores no compren ni consuman quesos blandos de leche sin pasteurizar de fuentes como mercados de pulgas, vendedores puerta a puerta o de camionetas, o enviados o transportados en equipajes desde México, Nicaragua u Honduras. Esto incluye los quesos caseros", en <<http://www.fda.gov/bbs/topics/news/spanish>>.

y envían los productos de Oaxaca a Tijuana, hasta agentes especializados que “brincan”⁷ de forma clandestina los alimentos por la frontera y personas que “arrastran”⁸ los productos a Los Ángeles para surtir a los negocios oaxaqueños.

A finales de 1997, un migrante oaxaqueño conocido popularmente como el Grillo estableció su primer negocio para la venta de música, artesanías y comida oaxaqueña en la ciudad de Los Ángeles. Para desarrollar su empresa, el Grillo contrató a un paisano con la finalidad de que le ayudara a cruzar por la frontera de San Isidro los alimentos que su hermana le enviaba de Oaxaca a Tijuana. Con el tiempo, su trabajador llegó a ser conocido como el cheese dealer. En una de las ocasiones en que estas dos personas estaban recogiendo sus productos en el aeropuerto de Tijuana, se les acercó el estibador de bodega de una compañía aérea mexicana, a quien aquí identificaremos como el Águila, y les dijo que también era originario de Oaxaca. Les pidió trabajo argumentando que conocía el funcionamiento del aeropuerto y podía ser de utilidad para su empresa. A partir de este encuentro fortuito, el Grillo se dedicó a atender exclusivamente su negocio en Los Ángeles y el Cheese Dealer se quedó como encargado de ir semanalmente a Tijuana para recoger y cruzar los productos alimenticios junto con el Águila, quien en ese entonces radicaba en Tijuana.

Con el tiempo, el Cheese Dealer y el Águila comenzaron a surtir de alimentos a otros restaurantes oaxaqueños en Los Ángeles sin que el Grillo lo supiera. Conforme ampliaban su cartera de clientes fueron integrando a más trabajadores, preferentemente de origen oaxaqueño y con visado, residencia o ciudadanía estadounidense, a su cadena paralela de distribución. Después de un par de años decidieron independizarse de el Grillo e iniciar un negocio propio orientado específicamente al traslado de productos alimenticios de Tijuana a Los Ángeles. Sin embargo, esta cadena pronto se dislocaría ya que el Cheese Dealer y el Águila, fueron estructurando de manera discreta nuevas cadenas paralelas de distribución y lo mismo sucedería en el futuro con algunos de sus empleados.

En esta investigación se considera que el constante proceso de constitución-dislocación de estas cadenas de distribución es reflejo del dinámico rejuego de poder existente entre los diferentes actores que participan en este

⁷ Término utilizado por los actores entrevistados. Hace referencia al paso de los alimentos por la frontera.

⁸ Término utilizado por los actores entrevistados. Hace referencia al transporte de los alimentos de la frontera a Los Ángeles.

mercado alimenticio orientado étnicamente (Waldinger, 1989; Light, 2005). Una vez que los trabajadores adquieren el conocimiento necesario sobre la operación de la cadena y han establecido contacto con una variedad de agentes que operan en otros eslabones, tienen la posibilidad de independizarse ofreciendo precios más bajos o servicios especializados de acuerdo con las necesidades específicas de sus clientes. Empero, al ser un servicio muy específico, es común que las oportunidades de incursión se saturan rápidamente y que las ganancias disminuyan debido a la competencia.

En la cadena de distribución original construida por el Grillo, participaban: 1] su padre, quien enviaba alimentos en taxis desde su pueblo originario en la Sierra Juárez a la ciudad de Oaxaca; 2] su hermana, quien recibía los productos en Oaxaca y sumados al quesillo y otros alimentos que compraba en la central de abastos, los enviaba por avión a Tijuana; 3] el Águila y el Cheese Dealer, quienes recogían los productos en el aeropuerto de Tijuana y después de varios cruces en camioneta por la frontera, los reempaquetaban en una bodega de San Isidro para que, finalmente, el Cheese Dealer los llevara a la ciudad de Los Ángeles. Cuando la cantidad de alimentos transportados aumentó exponencialmente, el Grillo se vio en la necesidad de alquilar también una bodega en la central de abastos de la ciudad de Oaxaca. Según información proporcionada por el Cheese Dealer, en el año 2001 transportaba semanalmente un promedio de dos toneladas y media de productos para el Grillo.

El Cheese Dealer se retiró de este negocio hacia el año 2003, ya que según argumentó, después del 11 de septiembre de 2001, la seguridad fronteriza aumentó considerablemente y, por lo tanto, cada vez le fue más difícil introducir irregularmente productos alimenticios a Estados Unidos. Durante el tiempo en que se dedicó a esta actividad lo detuvieron en diferentes ocasiones para inspeccionarlo en los cruces fronterizos de Tijuana-San Isidro y la Mesa de Olay, así como en el punto de revisión californiano de San Clemente. Cuando lo detenían argumentaba que los alimentos eran para una fiesta familiar e intentaba respaldarse con su ciudadanía estadounidense y las tarjetas de presentación de diferentes funcionarios del Estado mexicano en ambos lados de la frontera. Si sus argumentos no funcionaban le decomisaban parte o la totalidad de los productos. Otro de los problemas comunes que enfrentaba estaba relacionado con las autoridades aeroportuarias de Tijuana y de personas que se presentaban como funcionarios de la Sagarpa (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación), quienes al percatarse del auge de esta

actividad, comenzaron a demandar pagos monetarios para no confiscar los alimentos.

Esto mismo les sucedió a diferentes comerciantes que solían ir a recoger los alimentos que sus familiares les enviaban al aeropuerto de Tijuana. Por lo tanto, la demanda de servicios especializados como los ofrecidos por el Cheese Dealer y el Águila aumentó con facilidad, incentivando la multiplicación de actores especializados en esta área de las cadenas de distribución. El Cheese Dealer comentó que en el año 2003, calcula que se introducían un aproximado de 40 toneladas de productos oaxaqueños semanalmente a Estados Unidos.

Cuando el Cheese Dealer salió del negocio, la cadena de distribución conformada por el Águila se consolidó como la más importante para abastecimiento de queso y otros alimentos oaxaqueños en Los Ángeles. En esta cadena de distribución, un grupo se encarga de ir a recoger los productos al aeropuerto de Tijuana. Después, éstos son llevados a una de las casas de el Águila en la ciudad, donde son reempaquetados preferentemente en bolsas de comercios locales con diferentes colores para distinguir a cada uno de los destinatarios. Una vez reempaquetados, pequeños grupos de dos a tres personas cruzan los alimentos hacia EUA, a pie y en carros o camionetas, a través de la frontera Tijuana-San Isidro. En otros casos, si la vigilancia es estricta, utilizan el cruce de la Mesa de Otay.

Cuando los productos llegan a territorio estadounidense, estos se guardan en una bodega de San Isidro, en donde hay otro grupo que espera a que se junte una cantidad considerable para llevarlos en camionetas a Los Ángeles y comenzar su distribución. En caso de que éstos hayan sido enviados en el primer vuelo del día de Oaxaca-Tijuana, es posible que los comerciantes reciban sus productos ese mismo día por la noche, si van a recogerlos a la casa donde son almacenados, o al siguiente día por la mañana directamente en sus establecimientos. Para principios del año 2006, la red conformada por el Águila contaba con más de 20 empleados. La mayoría poseía visa, residencia o ciudadanía estadounidense.

Comerciantes y distribuidores comentaron que en ocasiones los productos alimenticios llegaban en mal estado a Los Ángeles debido a que las líneas aéreas retrasaban sus vuelos, la frontera estaba muy congestionada, las temperaturas eran elevadas o las revisiones fronterizas se tornaban más estrictas de lo común. Lo anterior sugiere que las cadenas de distribución son afectadas por múltiples causas externas que sus operadores no pueden minimizar, debido a que carecen de infraestructura adecuada para el trans-

porte masivo de alimentos y su refrigeración. Este hecho afecta directamente la calidad del queso comercializado en Los Ángeles, ya que si el producto no está refrigerado su color se torna amarillento y su textura se vuelve “masuda”.⁹ Estas transformaciones físicas del producto merman su calidad.

En el caso de que los alimentos estén ya en proceso de descomposición al llegar a Tijuana, o cuando se encuentran almacenados en San Isidro, los distribuidores llaman por teléfono a los comerciantes para preguntarles si de cualquier forma quieren que se los lleven a Los Ángeles. Para tomar la decisión, los actores discuten a fondo la calidad del producto basada principalmente en su aspecto, olor y consistencia. En ocasiones, parte del producto se puede comercializar dándole un tratamiento especial¹⁰ o cambiando a otro tipo de presentaciones. Si la evaluación de la calidad realizada telefónicamente no fue adecuada y el estado del producto recibido en Los Ángeles es inconveniente para su comercialización, los dueños de negocios oaxaqueños incurren en importantes pérdidas económicas. El problema aquí es que los comerciantes tienen que confiar en la palabra del distribuidor, quien está en la posibilidad de manipular discursivamente la calidad de los alimentos con la finalidad de hacerse acreedor a mayores ganancias, quedándose con parte del producto y vendiéndolo a terceros. Entre comerciantes y distribuidores existe una relación de confianza y poder basada, en buena medida, en la complicidad de llevar a cabo una actividad al margen de la legalidad. A quien más afecta esta situación es al comerciante, quien no puede quejarse con ninguna autoridad si el distribuidor abusa de esta relación.

Los comerciantes se quejan del servicio que prestan las personas que “brincan” y “arrastran” los productos a Los Ángeles, ya que en ocasiones realizan un mal trabajo o entregan incompletos los pedidos. Esto lo hacen, hasta cierto punto, porque cuando los distribuidores lograron independizarse del control central que era ejercido por los comerciantes, fueron adquiriendo poder en el funcionamiento de las cadenas de distribución y comenzaron a sacar provecho de esta posición en su beneficio.

No solamente son las personas que se dedican a “brincar” y “arrastrar” los alimentos quienes están incurriendo en una actividad económica irre-

⁹ Palabra que hace referencia a la dificultad de deshebrar un queso porque es de mala calidad o está en proceso de descomposición.

¹⁰ Una de las estrategias comunes consiste en sacar el queso de las bolsas, lavarlo, quitarle algunas hebras y empaquetarlo nuevamente.

gular, para hacer funcionar las cadenas de distribución. Las líneas aéreas que transportan los productos de Oaxaca a Tijuana también incurren en faltas administrativas, ya que no está permitido transportar productos alimenticios perecederos para ser comercializados. Por lo tanto, cuando los empleados de estas líneas aéreas llenan los formularios para registrar los envíos, clasifican todos los alimentos dentro del rubro de comestibles secos. De esta forma, las compañías aéreas no pierden las ganancias que les produce transportar a diario toneladas de alimentos frescos del estado oaxaqueño. Inclusive, algunos comerciantes comentaron que en las oficinas de las líneas aéreas establecidas en Oaxaca, se puede obtener la información para contactar a las personas que se dedican a introducir alimentos perecederos a Estados Unidos.

En marzo de 2006, el costo por el arrastre de los productos con el Águila variaba entre \$1.25 a \$1.50 dólares por kilo, dependiendo del cliente y la cantidad de productos. Hasta antes de 2005 el costo era de un dólar, pero fue incrementado después del drástico aumento del precio de la gasolina en Estados Unidos. Para fortuna de los comerciantes, algunos de los empleados de el Águila crearon sus propias cadenas de distribución de alimentos entre Tijuana y Los Ángeles, siendo común que presten el servicio a menor costo. Empero, cuando los comerciantes escogen a un actor de este eslabón para integrarlo a sus cadenas de distribución, no sólo toman en cuenta el precio ofrecido por libra o kilo de alimento, sino también su eficacia para quebrantar la seguridad fronteriza, disminuyendo así los decomisos y la capacidad que tienen para preservar los atributos de calidad en relación con la velocidad con la que son transportados.

En las distintas temporadas de campo que realice durante los años 2005 y 2006 en la ciudad de Los Ángeles, los comerciantes eran reacios a admitir que en ocasiones ellos mismos introducían ilegalmente los alimentos por la frontera. Asimismo, les costaba trabajo aceptar que contrataban los servicios de terceros que realizaban dicha actividad. Por lo general, escondían los nombres de estas personas debido a que no querían tener problemas con ellos y correr el riesgo de perder un eslabón importante para la operación de la cadena agroalimentaria. Paradójicamente, hacia finales del año 2006, el Águila, ya anunciaba públicamente sus servicios en un periódico de la ciudad de Los Ángeles.

En su publicidad aparece un ave expresando su beneplácito alzando una de sus plumas/dedos del ala/mano derecha. Esta ave se encuentra posicionada en medio de la bandera mexicana y la estadounidense. Con este

símbolo, el Águila representa la constitución de un espacio fluido entre ambos países. En el anuncio se oferta el servicio al público en general, ya que anteriormente sólo trabajaba para comerciantes.

El Águila ha incursionado en otros eslabones de la cadena agroalimentaria. Ahora cuenta con oficinas y personal en Oaxaca, Tijuana, San Isidro y Los Ángeles. Este actor ha pasado de operar un área que se integraba y coordinaba con otros eslabones semiindependientes, a controlar diferentes eslabones de una cadena de distribución autónoma y centralizada. El Águila se ha convertido en un agente étnico comercial (Velasco, 2002) que con sus prácticas regionaliza, de forma efectiva, una dimensión económica informal del espacio social transnacional (Roseberry, 1998; Faist, 1999; Beserer, 2004) constituido entre Oaxaca y California.

Debido al incremento del costo para “brincar” y “arrastrar” los alimentos en relación con la constante fluctuación del precio de la gasolina en Estados Unidos, en ocasiones los comerciantes optan por viajar personalmente a Tijuana para recoger los alimentos. Ellos mismos son quienes reempaquetan los productos y, después de cruzarlos por la frontera, los almacenan en habitaciones de hoteles hasta que logran pasar toda su carga para después emprender el viaje a Los Ángeles. En ocasiones, realizan esta actividad con la ayuda de algún actor que labora para las cadenas de distribución en Tijuana, quienes a cambio de una propina orientan a los comerciantes respecto a los mejores horarios y cruces fronterizos de ese día para introducir los productos. Si no es posible realizar pasar los alimentos por cuenta propia, los comerciantes contratan a personas especializadas para que realicen el “brinco”.¹¹ A principios del año 2006 el costo por introducir 50 kilos era de 35 dólares. Estos actores entregan la mercancía en algún punto acordado en San Isidro.

El ahorro que tienen los comerciantes por introducir personalmente los alimentos es mínimo e inclusive en ocasiones incurren en pérdidas. Por lo tanto, es común que estos actores incursionen en actividades económicas paralelas, tal como el envío de paquetería de Los Ángeles a Oaxaca o la compra de otros productos en Tijuana para comercializarlos en Los Ángeles.¹² Asimismo, algunos comerciantes han incursionado en el manejo de

¹¹ Hacia el 2006 la introducción clandestina de alimentos se había especializado a tal grado que inclusive existían personas que sólo se dedicaban a realizar los *brincos* por la frontera.

¹² En una visita que realicé con el *Cheese Dealer* a las instalaciones de una línea aérea en el aeropuerto de Tijuana, se notificó que para no pagar el impuesto y el costo

grandes volúmenes de mercancía para surtir a otros negocios. Empero, el problema de manejar grandes *stocks* de mercancía y venderlos por mayoreo a otros comercios es que la demanda no es constante, lo cual puede implicar pérdidas económicas. Lo anterior obedece a que, con el paso del tiempo, los productos alimenticios pierden parte de los atributos que les confieren calidad; es decir, su color, olor y textura se ven drásticamente modificadas. Por lo tanto, para que la venta por volumen de alimentos a terceros resulte redituable se requiere de un conocimiento amplio sobre la dinámica del mercado de estos productos.

CONSTRUCCIÓN Y DEBATE ACERCA DE LA CALIDAD ENTRE CATADORES, COMERCIANTES Y CONSUMIDORES

En este apartado se explora la construcción polifónica de la calidad en otros eslabones de la cadena agroalimentaria del queso oaxaqueño. Se presta especial atención a aquellos espacios en los que se da la dinámica interrelación entre los agentes que compran y catan el queso artesanal en Oaxaca, por un lado, y, por el otro, con los consumidores en Los Ángeles. Es decir, se abordan los extremos de esta cadena, al mismo tiempo que se analiza la mediación realizada por los comerciantes con la finalidad de coordinar los discursos populares que giran entorno a la calidad del queso.

Como se hizo evidente en la sección anterior, la introducción clandestina de los alimentos oaxaqueños a Estados Unidos depende de muchos factores externos para tener éxito. Por lo tanto, es común que los comercios en Los Ángeles se queden sin los productos originales para la venta directa al público o la elaboración de sus platillos. Cuando esto sucede, se ven en la necesidad de comprar a otros comercios oaxaqueños los insumos faltantes. Este hecho causa serios problemas a los comerciantes, ya que sus clientes tradicionales se percatan rápidamente de que el alimento no tiene el mismo sabor, olor, aspecto o consistencia. Lo consideran, por tanto, de menor calidad; aunque este provenga del estado oaxaqueño. Esto sugiere que el origen de los productos no implica la homogeneidad de sus atributos intrínsecos, sino que existen variaciones importantes de acuerdo con

del envío de todos los productos a Oaxaca, sólo se registra una parte de los mismos en las oficinas de la línea aérea y para enviar el resto se pide a los empacadores que envuelvan dos cajas con la misma hoja de registro a cambio de una comisión.

sus artes específicas de elaboración. Por ejemplo, algunos quesillos se deshebran con mayor facilidad, mientras que otros tienen una consistencia más cremosa. En otras ocasiones, su sabor es muy salado, en contraste con otras en que el sabor es un tanto dulce.

Desde la perspectiva de los comerciantes, el hecho de ser ellos mismos quienes controlan parte del primer eslabón de la cadena agroalimentaria, asegura la calidad del queso que expenden en Los Ángeles. Esto explica que sean, por lo general, familiares o amigos de confianza las personas que adquieren los productos en Oaxaca y los envían a Tijuana, a quienes aquí denominamos “catadores”.¹³ En la mayoría de las ocasiones, los “catadores” son mujeres, ya que sus sentidos para degustar los alimentos son más refinados desde la perspectiva de los comerciantes. Estos agentes son quienes se encargan de adquirir los alimentos directamente con los productores, con la finalidad de que su calidad no cambie drásticamente.

En su viaje en la cadena agroalimentaria, el queso ha promovido indirectamente múltiples diálogos entre consumidores, comercializadores, catadores y productores, quienes tras diversas contiendas discursivas llegan a consensos mínimos sobre cómo debe de saber, oler y lucir un queso auténtico y de calidad. Los comerciantes se encuentran en constante diálogo con sus clientes en Los Ángeles y con las personas que compran y catan los productos en Oaxaca. Mientras que los catadores funcionan como intermediarios entre los productores de Oaxaca y los comerciantes de Los Ángeles. Este es un diálogo diferenciado donde las identidades de los productores y consumidores resultan determinantes durante la mediación desplegada por catadores y comercializadores, quienes elaboran discursos polifónicos para respaldar la autenticidad y calidad de sus productos, dependiendo de las identidades particulares de sus interlocutores.

La polifonía de los discursos que los comercializadores han elaborado en torno a la calidad del queso oaxaqueño en Los Ángeles se encuentra relacionada, también, con la historicidad de su mercado. En la década de 1980, para que un queso fuera de calidad bastaba con que proviniera del estado oaxaqueño. En los años posteriores, cuando la competencia aumentó, comenzaron a surgir discursos que descalificaban la calidad de los pro-

¹³ Se utiliza este nombre con la finalidad de señalar la importancia que estos actores tienen como intermediarios para que productores, comercializadores y consumidores establezcan consensos mínimos sobre la calidad de los alimentos oaxaqueños que se expenden en Los Ángeles. Empero, otra de sus tareas fundamentales es la de comprar, almacenar y enviar los productos a Tijuana.

ductos ofrecidos por aquellos comercializadores que acaparaban el mercado. De esta forma, los pequeños comerciantes fueron creando nichos de consumidores con estándares de calidad más refinados. Es decir, se pasó de un mercado donde los parámetros populares de calidad se encontraban “aparentemente homogeneizados”, a otro donde se encuentran relativamente fracturados.

Los parámetros utilizados por los consumidores para distinguir un quesillo de calidad son construidos de forma social e individual a partir de experiencias personales, adscripciones sociales, espacio e historicidad de los mercados. Para los consumidores tradicionales, la calidad del quesillo comúnmente se encuentra relacionada con una diversidad de atributos intrínsecos: tales como el sabor, la textura, la consistencia. Estos, cabe aclarar, no necesariamente resultan homogéneos. Si bien, es prácticamente imposible que los consumidores tradicionales lleguen a un acuerdo unísono sobre lo que es un quesillo de calidad, al menos existen parámetros mínimos, de carácter explícito e implícito, que el producto debe de cubrir. En el caso de los primeros, su color resulta relevante. Ilustración de ello es que, de hecho, un quesillo amarillento denota la pérdida de calidad. En el caso de los segundos, lo más importante es que provenga de Oaxaca y que sea elaborado con leche sin pasteurizar, ya que de otra forma no alcanza las múltiples variedades de sus sabores “auténticos”. Empero, no todos los consumidores son capaces de relacionar explícitamente la carencia de pasteurización con el sabor final del producto.

Los consumidores tradicionales logran distinguir con facilidad la calidad del quesillo que se expende en los restaurantes, debido a que no sólo lo consumen en los platillos elaborados, donde tras fundirlo o mezclarlo con otros ingredientes resulta fácil esconder sus cualidades, sino que además adquieren el producto a granel en dichos espacios. Esto nos lleva a otra función de los restaurantes dentro de la cadena, al ser, además de espacios de consumo, puntos de venta al público donde los consumidores tradicionales compran el producto para llevarlo a la intimidad de la casa y compartirlo en familia, con amigos o paisanos. Esto explica por qué, algunos comerciantes/restauranteros, se las ingenien para cambiar la apariencia del quesillo que venden a granel cuando éste ha perdido parte de los atributos que le confieren calidad. Por ejemplo, cuando su color es amarillento, lo sacan de su empaque, le tiran el suero, le quitan algunas hebras, lo lavan con agua y, a renglón seguido, lo empaquetan nuevamente para su venta.

Los consumidores poco experimentados suelen enfatizar los atributos extrínsecos del queso como parámetro para establecer su calidad. Sin embargo, es extraño que este grupo cuestione su calidad. Cabe destacar que la mayoría de los consumidores estadounidenses entrevistados consideraron que este es un queso tipo *gourmet* y el mejor lugar para consumirlo son los restaurantes oaxaqueños. Sin embargo, son pocos los consumidores estadounidenses que están dispuestos a comprar el producto a granel, ya que no asocian los restaurantes como puntos de venta al “público conocedor”. Además, no es común que este tipo de consumidores preparen comidas “étnicas” elaboradas con base en ingredientes *gourmet* en sus casas, sino que éstos suelen suplirlos con variedades locales.

Una vez que los consumidores han acordado la calidad de un alimento en particular, no están dispuestos a aceptar con facilidad variaciones de sabor, olor, textura y apariencia. Es decir, los consumidores adquieren poder en las cadenas agroalimentarias, ejercicio que afecta no sólo su configuración, sino también la coordinación de los eslabones iniciales.

La mayoría de los productores oaxaqueños no saben que sus alimentos son vendidos en Los Ángeles. Los comercializadores procuran, por su parte, que dichos actores no se enteren, ya que consideran que de ser así, seguramente subirían los precios constantemente. Este hecho expresa parte de las diferentes inequidades constituidas entre los agentes que operan en los distintos eslabones de las cadenas agroalimentarias. El desconocimiento que tienen los productores sobre el destino de sus alimentos es utilizado como una forma de poder de los comerciantes para abaratar sus costos de operación. Sin embargo, este hecho impide, a su vez, que los restaurantes oaxaqueños mantengan parámetros uniformes de calidad. En caso de desabasto de los productores tradicionales, los catadores de las cadenas en Oaxaca buscan a productores alternativos que ofrecen una calidad similar. En ocasiones, esto no es fácil de lograr y sus consumidores finales rechazan el producto.

Otra de las prácticas utilizadas por los comerciantes, para intentar controlar el abasto y la calidad de sus “alimentos auténticos”, ha sido procurar elaborarlos en Estados Unidos, utilizando la menor cantidad posible de insumos provenientes de Oaxaca. No obstante, esta práctica ha resultado poco redituable, ya que el costo de las materias primas y la producción a baja escala resultan muy elevados, en parte debido a la enorme diferencia salarial. Por lo tanto, se entiende que los comerciantes no sólo compran los productos en Oaxaca por el hecho de que estos sean de mejor calidad, sino

porque, además, sacan ventaja de los costos asociados a la producción de los alimentos en su lugar de origen.

En el 2006, uno de los empresarios oaxaqueños más exitosos en Los Ángeles, dueño de dos restaurantes y un periódico, estableció una fábrica para producir quesillo en el Valle de San Joaquín, California. Tenía la intención de competir con los productos llevados de Oaxaca, a partir de una estrategia de producción masiva y así compensar los costos de traslado internacional. Su empresa trataba de sujetarse a las regulaciones californianas para la producción de este tipo de alimentos, a partir del uso de leche pasteurizada procurando, en lo posible, conservar el sabor “original” del producto. De esta forma, haciendo pasar su producto como “queso artesanal de origen” y ciñéndose a las regulaciones sanitarias, también intentaba competir con los “quesillo tipo” que compañías como El Mexicano, El Cacique y Quesos California comercializan en diferentes supermercados locales. Vale la pena mencionar que al visitar un comercio donde se ofertaban exclusivamente los Quesos California, el empleado en turno me advirtió que ellos ofrecían “queso tipo quesillo” y que me lo comentaba porque muchos clientes se habían quejado debido a que el sabor no era el mismo.

En la última visita de campo realizada en el 2009, se constató el fracaso del proyecto. Se considera que uno de los factores que impidieron el éxito de esta empresa está relacionado con la fracturación de los parámetros populares respecto a lo que es un quesillo de calidad.

Es importante recordar que, al ser un queso elaborado artesanalmente, existen variaciones importantes de sabor aunque sean producidos en una misma localidad. Además, los migrantes oaxaqueños de Los Ángeles provienen de distintas regiones donde las artes de elaboración y los sabores asociados al quesillo, si acaso lo producen, tienen características particulares. Por lo tanto, los catadores procuran comprar el quesillo con un solo productor y los consumidores con un solo comerciante. Si bien, hacia principios de la década de 1990, los consumidores tradicionales estaban dispuestos a aceptar como un quesillo de calidad todo aquel que provenía del estado oaxaqueño, la consolidación de su mercado promovió el refinamiento de sus parámetros sensitivos. Este proceso se dio de forma tal que a dichos actores ahora no les basta con asociar el producto a un territorio de origen. Esto explica por qué, el proyecto de elaborar un “quesillo artesanal” en Estados Unidos con la intención de comercializarlo masivamente en los comercios oaxaqueños, implicaba necesariamente homogeneizar nuevamente los parámetros de lo que es un quesillo de calidad. Dicho de otra

forma, era necesario desterritorializar la autenticidad de dicha mercancía y, al hacerlo, construir parámetros unísonos que pudieran homogeneizar su sabor, aspecto, olor, consistencia y textura. Sin embargo, los consumidores tradicionales lo rechazaron y continuaron demandando la oferta proveniente del estado oaxaqueño.

Por otra parte, el queso producido en Estados Unidos no tuvo éxito en los supermercados debido a que los consumidores del “quesillo tipo”, asocian la calidad del producto con atributos diferentes a los utilizados por los consumidores tradicionales. Por lo general, los consumidores del “quesillo tipo” son de origen mexicano provenientes de estados diferentes al oaxaqueño. Para cautivar a estos consumidores no basta con promover el queso como “auténtico” o “artesanal”, porque para empezar los productos clasificados bajo esta categoría sugieren que los precios son elevados. Aquí lo que importa es la identidad de marca, el precio y confianza que el consumidor le tiene a aquellos productos alimentarios que suele comprar.

Con la intención de captar consumidores en los supermercados y algunos comercios oaxaqueños, este comerciante optó por disminuir considerablemente el precio de su producto. Sin embargo, esto implicó la traición de un acuerdo pactado con los productores de “quesillo tipo” para mantener un precio similar de venta. Por lo tanto, estos últimos argumentaron competencia desleal y se organizaron para desacreditarlo y sacar su producto de los supermercados.

Vale la pena mencionar que cuando este empresario era presidente de una de las dos organizaciones de comerciantes y empresarios oaxaqueños existentes en Los Ángeles fue visitado por un grupo de personas que dijeron estar financiadas por la Fundación Rockefeller y tenían la intención de realizar un estudio para certificar el queso que se comercializaba en Estados Unidos. Sin embargo, este empresario les negó el apoyo. Por lo tanto, se puede especular que esta negativa fue una estrategia para impedir que otros comerciantes compitieran con el proyecto que tenía el empresario citado para comercializar “quesillo artesanal” producido en California.

El Cheese Dealer fue la única persona entrevistada que dijo haber intentado certificar el queso ante las autoridades sanitarias de Estados Unidos. Sin embargo, su empresa fracasó desde la primera prueba realizada en laboratorio.

En caso de que los comerciantes estuvieran dispuestos a certificar el queso oaxaqueño en Estados Unidos, sería necesario que todos los actores que participan en esta cadena agroalimentaria estuvieran coordinados y

dispuestos a sujetar sus distintos procesos a las normas sanitarias estadounidenses en cada uno de los eslabones donde operan. Esto conlleva, necesariamente, una importante inversión en infraestructura, certificación del producto, y la homologación de los parámetros hegemónicos y populares de lo que es un quesillo de calidad. Retos y riesgos que, hasta ahora, no han estado dispuestos a asumir los distintos agentes socioeconómicos que conforman la cadena agroalimentaria del quesillo.

LAS INSPECCIONES SANITARIAS A LOS RESTAURANTES OAXAQUEÑOS

Los restaurantes oaxaqueños son visitados regularmente por las autoridades sanitarias¹⁴ de la ciudad del área metropolitana de Los Ángeles, para certificar la calidad de los alimentos que expenden. La forma de manipulación, su temperatura, el almacenamiento, la limpieza de las superficies con las que tiene contacto y su debida certificación con una *label*,¹⁵ son sólo algunas características que toman en cuenta al realizar las evaluaciones. Las calificaciones varían de la “A” a la “C”, siendo esta última prácticamente reprobatoria. El resultado de la inspección debe colgarse en la parte frontal del establecimiento. La norma de hacer públicas las evaluaciones, mediante estos símbolos, tiene la finalidad de proveer un recurso avalado por las autoridades sanitarias locales para orientar a los consumidores.¹⁶ Estos símbolos son una representación material de las confrontaciones existentes entre políticas hegemónicas que intenta imponer coercitivamente el aparato estatal de los estadounidenses y la multiplicidad de voces populares que dan cuenta de la polifonía que caracteriza los parámetros utilizados para avalar la calidad de los alimentos.

Desde la perspectiva de los comerciantes, las revisiones a los restaurantes varían en su grado de exigencia, dependiendo del área de la ciudad donde se encuentre establecido el local. Consideran que en los barrios donde la mayoría de la población es de origen hispano, las revisiones son más fáciles de pasar; mientras que en las áreas donde la población anglosajona es predominante, las inspecciones son más meticulosas. La etnicidad del

¹⁴ Todos los restaurantes son inspeccionados cada dos o tres meses. Las inspecciones son sorpresivas, por lo tanto no tienen fechas ni horarios específicos.

¹⁵ Etiqueta que es adherida a los envases para especificar su contenido.

¹⁶ El sistema de hacer públicas las evaluaciones con letreros pegados en el exterior de los establecimientos no funciona en otras ciudades y estados de la unión americana.

inspector también fue mencionada como un factor que afecta en lo estricto o laxo de la revisión.

Al cuestionarle a los dueños de los restaurantes respecto a la forma como les afecta tener una letra “C” al frente del establecimiento, comentaron que en realidad no impactaba mucho en la afluencia de la clientela tradicional y, por lo tanto, no pagarían la multa requerida para realizar una revisión especial con la finalidad de subir de grado. Empero, algunos comerciantes consideraron que tener una letra “A” les permite tener más afluencia de consumidores estadounidenses. Durante las visitas realizadas a los restaurantes se constató que los letreros que portan el símbolo “C” son colocados en lugares poco accesibles a la vista de los consumidores, detrás de una cortina o macetas, mientras que los que portan la letra “A” son exhibidos en la puerta principal de los establecimientos.

La mayoría de los consumidores oaxaqueños no presta importancia a estos símbolos, para empezar porque en ocasiones no saben lo que significan. Como se ha venido argumentando, los consumidores tradicionales tienen sus propios criterios para evaluar la calidad de los alimentos. Ellos visitan estos restaurantes porque conocen a los dueños, porque son espacios donde se encuentran con sus paisanos o simplemente porque están satisfechos con la calidad de la comida que ofrecen. Cuando asisten por primera ocasión a un restaurante, lo hacen por recomendación, ya sea personal o un medio de comunicación oaxaqueño.

En el caso de los consumidores no tradicionales de origen estadounidense, estos símbolos tienen mayor importancia. Mas, éstos no son tampoco determinantes para sus elecciones de consumo, a menos de que visiten un restaurante de forma casual y la letra “C” luzca frente a la puerta. De forma similar a lo que sucede entre nuestros connacionales, para los consumidores de nuestro vecino país tiene más relevancia la palabra del amigo que los invita, las opiniones ofrecidas por las revistas de ocio locales y los *post* realizados por los cibernautas anónimos en las páginas de internet especializadas en consumo fuera de casa (Counihan, 2002; Warde y Martens, 2002).

Este hecho tiene importantes implicaciones en lo que a la eficacia de las normas oficiales para la certificación de la calidad se refiere. En Estados Unidos, consumidores y medios de comunicación están construyendo formas alternativas para certificar la calidad de los alimentos y el servicio ofrecido en los restaurantes. Los consumidores ya no suelen pararse frente a los establecimientos para evaluarlos detenidamente antes de decidir si entran

o no. Ellos saben con anterioridad qué tipo de restaurante visitarán, cuáles son los alimentos ofrecidos y, en ocasiones, inclusive deciden de antemano lo que van a comer; la preocupación del consumidor en los restaurantes étnicos está bajo control gracias a los medios no oficiales de certificación.

Las revisiones más difíciles de pasar, y las que bajan una mayor cantidad de puntos en el momento de las evaluaciones sanitarias, son las que se realizan directamente a los productos alimenticios. Además de verificar que éstos posean la temperatura adecuada para su conservación, los inspectores ponen mucha atención en que estén debidamente certificados por las autoridades sanitarias del país de origen y de Estados Unidos. En consecuencia, solicitan que todos los alimentos posean una etiqueta que los identifique y que al mismo tiempo describa los ingredientes que lo componen. Por tratarse en su mayoría de insumos básicos introducidos ilegalmente al país, no es posible cumplir.

Con la finalidad de hacer frente a esta situación, algunos comerciantes han creado sus propias etiquetas. Esta práctica ha ayudado a que cada vez sean menos los productos reprobados en las inspecciones sanitarias. Los alimentos que llegan a Los Ángeles por medio de las cadenas de distribución, son reempaquetados y se les pega una calcomanía que especifica el nombre del restaurante que los “produce”, el nombre del alimento en español e inglés, alguna dirección en Los Ángeles y el teléfono de contacto. Esta práctica de autocertificación popular permite disfrazar la identidad de los alimentos; pasan de ser ilegales a semilegales con el uso de documentos apócrifos. En este tenor, llama la atención que distribuidores y comerciantes oaxaqueños no utilicen la práctica de *autolabeling* para disminuir los riesgos que implica la introducción ilegal de alimentos frescos a Estados Unidos.

Los dueños de los restaurantes consideran que los inspectores saben que las autocertificaciones no son legales, pero esta práctica disminuye considerablemente el riesgo de que los multen. El *autolabeling* sólo funciona para las semillas y los productos molidos o secos. Inclusive el mole o algunos productos que son relativamente fáciles de adquirir en Los Ángeles pueden esconder su origen de esta forma, pero alimentos como el quesillo enfrentan mayores problemas.

Con el uso de las *autolabeling*, los nombres de los restaurantes oaxaqueños también se han convertido en marcas que avalan la autenticidad y la calidad de sus alimentos fuera de los establecimientos. Cuando se realizan eventos entre los migrantes oaxaqueños radicados en Los Ángeles o

ferias gastronómicas y *guelaguetzas*¹⁷ abiertas al público en general, normalmente se ponen a la venta este tipo de alimentos y la práctica de *autolabeling* sirve para llevar la identidad del restaurante y sus productos fuera del establecimiento.

A continuación se exploran algunas de las prácticas utilizadas por los comerciantes para intentar esconder, en algunos casos literalmente, la procedencia de queso frente a las autoridades sanitarias estadounidenses cuando éstas inspeccionan los restaurantes oaxaqueños.

Los comerciantes procuran no tener grandes *stocks* de queso en sus restaurantes. Por lo común, utilizan sus casas como bodegas y tienen en el restaurante sólo el producto necesario para operar a corto plazo. Algunos comerciantes han optado por rentar bodegas clandestinas cerca de los restaurantes. Empero, por mínima que sea la cantidad poseída, están incurriendo en una práctica ilegal y, por lo tanto, es necesario buscar formas alternativas para esconder o simular el origen del producto. Por ejemplo, es una práctica común deshebrarlo y guardarlo en contenedores transparentes de plástico. Cuando llega una revisión, los comerciantes argumentan que es un producto que se vende en Estados Unidos y que lo tienen desmenuzado para facilitar la elaboración de los alimentos. Los quesillos en presentaciones por libra o kilo utilizados para la venta a granel son ocultados en la parte superior de los refrigeradores o en el fondo de los mismos, donde es más difícil que los inspectores revisen detalladamente. Sin embargo, siempre deben tener algunas piezas listas para la venta al público.

En ocasiones, los comerciantes son advertidos por los dueños de otros comercios del barrio sobre la presencia de los inspectores. En caso de que la inspección esté por llegar, los carros y las camionetas de los dueños son espacios privilegiados para esconder el producto. El tener registrado cuándo fue la última inspección para intentar calcular la fecha de la próxima visita permite a los comerciantes relajar sus medidas preventivas algunos meses del año.

Se tiene registrado un caso en que las autoridades sanitarias solicitaron a la dueña del restaurante demostrar con el comprobante de compra que

¹⁷ Palabra zapoteca que hace referencia a la reciprocidad, al compartir con el otro, a mano vuelta, a la solidaridad o ayuda mutua entre los miembros de un grupo social. Desde mediados del siglo xx esta expresión cultural ha sido utilizada por algunos actores interesados en la promoción y mercantilización de las expresiones populares de lo oaxaqueño. Las fiestas de la *Guelaguetza* celebradas en Oaxaca y diferentes localidades de California se han convertido en la máxima expresión del folclor estatal.

el quesillo que vendía estaba debidamente certificado. Ella argumentó que había sacado el producto de las bolsas originales para hacer más fácil su manejo, sin embargo las autoridades no aceptaron su razonamiento. Debido a que los empaques originales habían “desaparecido”, como alternativa los inspectores impusieron un plazo de dos semanas para que presentara el boleto de compra, de lo contrario la multarían e inclusive corría el riesgo de que le clausuraran el establecimiento. Para solucionar este problema, la dueña del restaurante contactó a un amigo que entonces laboraba en un puesto gerencial en una compañía estadounidense que vende “quesos tipo” mexicano en California. Esta persona le ayudó a resolver el problema haciéndole una nota donde se registraba con fecha anterior a la inspección la compra de varias docenas de quesillo a la compañía.

Cuando las autoridades sanitarias encuentran quesillo sin certificar en los restaurantes, demandan a los comerciantes tirar todo el producto. Para asegurarse de que no los usarán nuevamente, los inspectores contaminan el alimento rociándolo con químicos utilizados en los restaurantes con finalidades sanitarias. Finalmente, los multan y les advierten que, de seguir vendiendo el producto, irán a la Corte y les clausurarán los restaurantes. Tradicionalmente, este tipo de prácticas represivas se habían limitado a multas, la exhibición pública de letreros y la eliminación de los alimentos. Pero en el año 2008, las autoridades sanitarias de la ciudad de Los Ángeles comenzaron un proceso penal contra un comerciante que operaba una de las cadenas más importantes para la introducción clandestina de quesillo a Estados Unidos. La apertura de este proceso legal ha afectado la forma como el queso artesanal oaxaqueño se comercializa en los restaurantes. La venta del producto a granel se ha restringido exclusivamente a los clientes de confianza; de hecho, cuando algún foráneo pregunta por el queso, niegan su existencia.

Hacia el 2009, algunos restaurantes habían comenzado a comercializar un quesillo mexicano que recientemente había obtenido la certificación sanitaria estadounidense. Los comerciantes entrevistados argumentaron que la calidad no es la misma y, por lo tanto, sus ventas han disminuido, pero consideran que las pérdidas económicas son menores a las que tendrían que pagar si enfrentaran un proceso legal. Algunos comerciantes sospechan que la persona que está demandando la venta clandestina de quesillo artesanal en los restaurantes, es la misma que está vendiendo el nuevo quesillo certificado y esto lo hace con la finalidad de eliminar a su competencia y acaparar el mercado.

CONCLUSIONES

A lo largo de este capítulo, se discutió el efecto que ha tenido en la constitución y operación de las cadenas agroalimentarias de este producto y de otros alimentos oaxaqueños, la polifonía de parámetros hegemónicos y populares, que se construyen y debaten en torno a la calidad del quesillo que se oferta en Los Ángeles.

Los parámetros populares que distinguen las cualidades mínimas de lo que se considera un quesillo de calidad han ido modificándose en relación con la historicidad del mercado para su comercialización. En un principio, éstos se encontraban medianamente homologados debido a que la oferta era mínima y, por lo tanto, había que ajustarse a sus restricciones. Sin embargo, una vez coordinada la infraestructura necesaria que permitiría la expansión del mercado, el dilema de conjugar parámetros más refinados de calidad con la autenticidad del producto adquirió relevancia. En parte, esto se debió a la competencia entre comerciantes por acaparar o crear nuevos nichos de mercado, promoviendo el establecimiento de parámetros más estrictos respecto a la calidad del quesillo y otros alimentos oaxaqueños. Es decir, que la expansión del mercado y la competencia en él promovió el reforzamiento discursivo de parámetros polifónicos, que en principio poca necesidad tenían de ceñirse a regulaciones estatales debido a lo menudo de los volúmenes manejados. No obstante, cuando el comercio del quesillo comenzó a ser perseguido de forma estricta por las autoridades sanitarias estadounidenses, algunos comerciantes intentaron adaptarse a las regulaciones, pero fracasaron en su intento, en parte porque sus consumidores se convirtieron en demandantes de formas particulares de calidad y autenticidad.

Al igual que los consumidores tradicionales, para los compradores estadounidenses la autenticidad del quesillo que se vende en los restaurantes oaxaqueños resulta más importante que el seguimiento estricto de los parámetros de calidad impuestos por las autoridades estadounidenses. Para ellos, los restaurantes son espacios de consumo directo y recreativo (Barthes, 1997), no tiendas de productos nostálgicos como resultan para algunos de sus consumidores tradicionales. Este tipo de consumidores resuelven ingresar a los restaurantes oaxaqueños haciendo inferencias a partir de múltiples símbolos y recursos populares, siendo relevantes las experiencias previas, el tipo de clientes que lo frecuentan y las reseñas que encuentran en internet. Para aquellos en busca de “alimentos étnicos auténticos” poca

relevancia tienen las certificaciones estadounidenses que aseguran su inocuidad.¹⁸

La calidad y autenticidad de los alimentos oaxaqueños comercializados en el condado de Los Ángeles son categorías discursivas en constante reelaboración. Su construcción se encuentra enmarcada en contextos históricos y espaciales, estructurados por una serie de negociaciones, reacomodos y exclusiones, donde adquieren relevancia las identidades sociales junto con los parámetros sensitivos y estéticos de los diversos agentes que intervienen en su elaboración, distribución y comercialización. Estas categorías son construidas en el lenguaje dependiendo del interlocutor al que se esté apelando. Las identidades multidimensionales y los marcos conceptuales de los consumidores son determinantes para que los alimentos adquieran dichas cualidades.

Es gracias al carácter cambiante y fluido de las cadenas agroalimentarias de alimentos oaxaqueños como los consumidores en Los Ángeles logran tener una base material discursiva para ser evaluada y en su caso impugnarla. Su buen funcionamiento permite hacer llegar a Los Ángeles alimentos “auténticos” antes de que estos pierdan algunos de los atributos relacionados con su “calidad”. Sólo así es posible comercializar quesillos provenientes de Oaxaca que no luzcan amarillos o estén “masudos”.

Las políticas sanitarias que controlan la inocuidad de alimentos que entran a Estados Unidos no coinciden con las categorías populares de calidad y autenticidad manejadas por los productores, distribuidores, comerciantes y consumidores de alimentos oaxaqueños en el condado de Los Ángeles. Es por ello que diversos agentes se ven obligados a desplegar tácticas que permiten quebrantar políticas de control que resultan monolíticas e inadecuadas para un mercado que basa su éxito en la comercialización de alimentos “auténticos” provenientes allende las fronteras.

Implementar políticas persecutorias, con la intención de controlar el flujo de alimentos oaxaqueños “contaminados” a Estados Unidos resulta inadecuado para la mayoría de sus comercializadores y consumidores tradicionales. El decomiso de comida e infraestructura o la amenaza de retirar la ciudadanía a las personas que incurren en estas prácticas resultan paliativos que no solucionan el problema, sino que impulsan la búsqueda de

¹⁸ En estancias de campo realizadas durante el año 2009 en Europa, en el marco de mi investigación doctoral *Eating Mexico in Western Europe*, se ha constatado que la certificación de “Restaurante Auténticamente Mexicano” promovida por la asociación Sabores Auténticos de México no ha sido del todo efectiva.

alternativas para burlar la seguridad fronteriza y las leyes sanitarias. Los alimentos transportados en estas cadenas son destinados a restaurantes y venta directa entre paisanos, no a supermercados. Por ello, se debe tomar en cuenta que los *stocks* manejados no representan una amenaza pandémica. La magnitud del riesgo es igual al que todo estadounidense corre cuando viaja a México y consume en restaurantes locales.

Las políticas que controlan la inocuidad de los alimentos que entran a Estados Unidos tienen que diferenciar claramente entre aquellos alimentos destinados a ser consumidos en restaurantes o para su venta directa entre consumidores tradicionales, y aquellos que se comercializan en otros canales. Más que persecutorias, estas políticas deberían flexibilizarse para responder a las demandas de consumidores con una amplia diversidad de estándares y criterios respecto a lo que es un producto de calidad. Un país que se supone multicultural no debería señalar, criminalizar y excluir aquellos alimentos que no coinciden de forma estricta con parámetros homogéneos de calidad e inocuidad, ni debería de sancionar el ejercicio de la ciudadanía cultural (Rosaldo, 1993) y transnacional (Besserer, 1999) de aquellos migrantes que los comercializan y consumen. Por el contrario, se considera necesario hacer acuerdos capaces de regular su venta en el mercado orientado étnicamente, donde los actores involucrados sean conscientes de los posibles riesgos asociados con su consumo. Un sistema de etiquetamiento que especifique el origen y las particularidades de su elaboración artesanal podría ser un primer paso hacia una política de Estado que tome en cuenta el carácter polifónico de la calidad alimentaria.

REFERENCIAS

- Barthes, Roland, 1997. Toward a psychosociology of contemporary food consumption, en Carole Counihan y Penny Van Esterik, *Food and Culture. A Reader*, Estados Unidos, Routledge.
- Besserer, Federico, 1999. Estudios transnacionales y ciudadanía transnacional, en Gail Mummert (ed.), *Fronteras Fragmentadas*, Zamora, Michoacán, Colegio de Michoacán.
- Besserer, Federico, 2004. *Topografías transnacionales*, México, Plaza y Valdés.
- Callon, Michell (ed.), 1998. *The Laws of the Markets*, Londres, Blackwell Publishers.
- Callon, Michell (ed.), 1999. Actor network theory. The market test, en John Law y John Hassard, *Actor Network Theory and After*, Reino Unido, Blackwell Publishers.

- Counihan, Carole, 2002. *Food in the USA. A Reader*, Estados Unidos, Routledge.
- Faist, Thomas, 1999. Developing transnational social spaces: The Turkish-German example, en Ludger Pries (coord.), *Migration and Transnational Social Spaces*, <http://74.125.155.132/scholar?q=cache:koGpIlJmWoAJ:scholar.google.com/+Ludger+Pries++Migration+and+transnational+spaces+1999&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1>.
- Igartua, Iván, 1997. Dostoievski en Bajtín: raíces y límites de la polifonía, *Revista EPOS* 13: 221-235.
- Kearney, Michael, 1999. Fronteras fragmentadas, fronteras reforzadas, en Gail Mummert (ed.), *Fronteras fragmentadas*, México, El Colegio de Michoacán.
- Light, Ivan, 2005. The ethnic economy, en Neil Smelser y Richard Swedberg (ed.) *Handbook of Economic Sociology*, 2a. ed., Nueva York, Russell Sage Foundation.
- Matus, Maximino, 2006. *El ingrediente étnico: autenticidad, mercantilización de la diferencia cultural y control de mercados a través de los restaurantes oaxaqueños establecidos en Los Ángeles, CA*. Tesis de Maestría en Antropología social. CIESAS-Occidente, México.
- Nugent, Daniel, y Joseph Gilbert, 2002. Cultura popular y formación del Estado en el México revolucionario, en Joseph Gilbert y Daniel Nugent (comps.), *Aspectos cotidianos de la formación del Estado*, México, Era.
- Rosaldo, Renato, 1993. Ciudadanía cultural, desigualdad, multiculturalidad. Ponencia presentada en el congreso "De la cultura local a la global. Perspectivas desde la antropología", México, Universidad Autónoma Metropolitana.
- Rodríguez Gómez, Guadalupe, 2002. *La denominación de origen y el mercado de la distinción*, México, CIESAS-Sagarpa.
- Rodríguez Gómez, Guadalupe, 2004. La dimensión intangible de la legitimidad: Cultura y poder en las denominaciones de origen, en Patricia Colunga *et al.*, *La importancia económica de los agaves en México*, Mérida, CICY-Conabio-UNAM-Academia Mexicana de la Ciencia.
- Roseberry, William, 1998. Cuestiones agrarias y campos sociales, en *Las disputas por el México rural*. Volumen I. *Actores y campos sociales*, Zamora, El Colegio de Michoacán.
- Sánchez, Virgilio. Comen su queso a Oaxaca, en *Inforural*, <<http://www.inforural.com.mx/noticias>>. Consultado el 13 de octubre de 2009.
- Velasco, Laura, 2002. *El regreso a la comunidad. Migración y agentes étnicos. Los mixtecos en la frontera México-Estados Unidos*, México, El Colegio de la Frontera Norte-El Colegio de México.
- Waldinger, Roger, 1989. *Through the Eye of the Needle. Immigrants and Enterprise in New York's Garment Trades*, Nueva York, New York University Press.
- Warde, Allan, y Lydia Martens, 2002. *Eating Out. Social Differentiation, Consumption and Pleasure*, Cambridge, Cambridge University Press.

9
ESTRATEGIAS ALIMENTARIAS ALTERNATIVAS
EN LA CIUDAD DE TORONTO

Amber McNair

En un sistema alimentario que priorice la equidad, la gente tendrá acceso a alimentos suficientes, seguros, nutritivos y culturalmente apropiados, así como a información precisa sobre estos.

(Food Connections, 2010: 13)

Durante la década de los años noventa hubo una intensificación en la búsqueda e implementación de maneras alternativas de cultivar, distribuir y consumir productos alimenticios, como una respuesta a la globalización del sistema alimentario bajo control corporativo. La degradación ambiental, la pérdida de medios de subsistencia rurales a medida que disminuye la rentabilidad de las parcelas familiares, preocupaciones por la salud en cuanto al uso de productos químicos en la producción agrícola y la manipulación de los alimentos industrializados, así como la desigualdad en la distribución —distancia recorrida por los alimentos (*food miles*)— la desigualdad en el acceso a los alimentos —e incluso en la calidad de estos— son algunos de los principales temas de la extensa lista de problemas que ha servido de base a los movimientos de productores y consumidores a favor de construir un sistema alimentario sustentable que sustituya al sistema global corporativo.

Los movimientos de alimentos alternativos han organizado a diversos grupos de interés del sistema alimentario y fortalecido las redes integradas por éstos: desde agricultores hasta consumidores en el ámbito local, nacional, regional y mundial. Desde los albores de la década de 1990, las experiencias urbanas en la creación de alternativas de seguridad alimentaria encaminadas al establecimiento de sistemas alimentarios sustentables y locales han progresado considerablemente en muchas ciudades, pero sobre todo en los de países de altos ingresos. Aunque la búsqueda de modelos alternativos tiene sus raíces en preocupaciones ambientales y relacionadas

con la salud, no es ajena ni a la pobreza, ni a la marginación —en particular aquellas que afligen a ciertos grupos étnicos.

La ciudad de Toronto, ubicada en la provincia de Ontario, Canadá, se encuentra a la vanguardia mundial con respecto a alternativas innovadoras para el establecimiento de un sistema alimentario regional y urbano. En este capítulo haremos una revisión general de las estrategias alimentarias alternativas de Toronto, la ciudad más grande de Canadá. El capítulo se divide en tres secciones. Primero, daremos una visión general del marco de referencia en el que surgen tales estrategias, analizando problemas de pobreza, diversidad étnica y cultural, políticas agrícolas y alimentarias, sustentabilidad, y relacionándolos con las experiencias de Toronto. A continuación, nos referiremos a cuatro de las agencias más destacadas de Toronto que han permitido concretar las estrategias alimentarias alternativas: Toronto Food Policy Council (Consejo de Política Alimentaria de Toronto), FoodShare, The Stop Community Food Centre (Centro Alimentario Comunitario The Stop) y Local Food Plus. Por último, comentaremos la experiencia de Toronto a la luz de algunos de los problemas que han enfrentado las estrategias de alimentos alternativos en el caso de México.

Los movimientos de alimentos alternativos de Canadá son contradictorios y complejos. Abarcan simultáneamente acciones a favor de la seguridad alimentaria, la sustentabilidad y la desvinculación respecto de las cadenas de suministro de alimentos convencionales. Toronto cuenta con una vibrante e innovadora red de estrategias alimentarias que no sólo atiende problemas de hambre y pobreza, sino que se vincula conscientemente con la diversidad, la cultura y la sustentabilidad, al mismo tiempo que fortalece sus relaciones con los productores locales. La red de movimientos de alimentos alternativos de Toronto retoma y traslapa algunas facetas de esos aspectos contradictorios del movimiento. Por lo mismo, Toronto ha sido ampliamente reconocida como una de las ciudades más progresistas de América del Norte en lo que se refiere a alimentos.

Existen dos tendencias en torno a las cuales convergen las actividades relacionadas con la alimentación. La primera es el hambre; la otra, los sistemas alimentarios locales sustentables. Los ámbitos provinciales y nacionales carecen de políticas alimentarias *per se*. En su lugar, la sociedad civil y las políticas municipales se han encargado de atender la creciente frecuencia del hambre en la Zona Metropolitana de Toronto (Greater Toronto Area, GTA) y de crear, al mismo tiempo, sistemas alimentarios locales sustentables.

Los científicos sociales reconocen que existe conflicto entre estas dos dinámicas aparentemente contradictorias, del hambre y la sustentabilidad. Por un lado, el enfoque antipobreza de la seguridad alimenticia se concentra en la capacidad del poder adquisitivo de los individuos para adquirir comestibles en un sector comercial que está orientado hacia la rentabilidad, que considera un hecho normal la presencia de inseguridad alimentaria, que pone poca atención en la calidad de los alimentos, y que recurre a obras caritativas para ayudar a las personas a superar los periodos difíciles. Por otro, el enfoque del sistema alimentario sustentable, que se interesa en la calidad de los alimentos, la integridad ambiental, el origen de los alimentos y el fortalecimiento de las economías locales, ha sido criticado porque da preferencia a la clase media y no ha logrado remediar el problema del hambre.

Canadá no posee una estrategia alimentaria congruente. Las políticas agrícolas privilegian el monocultivo en gran escala y la agricultura de exportación, en detrimento de las granjas más pequeñas y diversificadas, y de los métodos de producción y sistemas de distribución locales más sustentables. Los cambios en las políticas canadienses de bienestar social introducidos a partir de la década de 1980 dieron por resultado que se abandonara la seguridad económica y social como forma de evitar el hambre y que se adoptara el sistema de bancos de alimentos, hoy profundamente arraigado en las prácticas para aliviar el hambre. Mientras tanto, los índices de inseguridad alimentaria de Toronto van en aumento. En paralelo, también se elevaron las tendencias de la demanda de alimentos sustentables, locales y específicos entre las clases media y alta.

Las iniciativas progresistas adoptadas por Toronto pretenden cerrar la brecha aparente entre esos dos fenómenos. Aunque las políticas provinciales y federales ignoren la inseguridad alimentaria y apoyen la agricultura convencional en detrimento de los sistemas alimentarios locales sustentables, el Consejo de Política Alimentaria del gobierno municipal ha sido clave en el éxito de estas iniciativas.

EL ENFOQUE ANTIPOBREZA DE LA SEGURIDAD ALIMENTICIA

Las estrategias alimentarias alternativas de Toronto toman en cuenta dos enfoques teóricos de la seguridad alimentaria: el de combate a la pobreza y el de sistema alimentario sustentable.

Desde el punto de vista del combate a la pobreza, la inseguridad alimentaria se resume en una incapacidad de tener acceso a los alimentos mediante el mercado, es decir, falta de dinero para adquirir comestibles. En este contexto, Tarasuk y Davis (1996) definen el hambre como: “La incapacidad de conseguir alimentos suficientes, nutritivos y personalmente aceptables mediante los canales de adquisición normales, o la incertidumbre de poder hacerlo”.

Desde el fin de la Gran Depresión hasta principios de la década de 1980, en Canadá no volvió a saberse de hambrunas en gran escala. El sistema de bienestar social del país, que surgió durante los años de la Depresión, reconoció que existen fuerzas estructurales que pueden contribuir a que haya pobreza y que requieren la intervención del Estado en la macroeconomía. El sistema de bienestar social tuvo por premisa asegurar la obtención de ingresos en los hogares a fin de aliviar el hambre y la pobreza.

A principios de la década de 1980, las políticas neoconservadoras influyeron en Canadá al igual que en el resto del mundo, contribuyendo a reformar las políticas de bienestar social del país. A mediados de la década de 1990, las políticas sociales de Canadá pasaron del régimen keynesiano al concepto neoliberal de bienestar social. La recesión económica y las elevadas tasas de desempleo que la acompañaron, aunadas al endeudamiento público, al congelamiento de los salarios y a la unificación —de conformidad con el TLCAN— del sistema de seguridad económica [canadiense] con el de Estados Unidos, fueron factores que contribuyeron a la reestructuración y el recorte del programa de asistencia social (Osberg, 2008; Habibov y Fan, 2008). El primer banco de alimentos creado desde la Gran Depresión surgió en 1981; a partir de entonces, estas organizaciones proliferaron rápidamente en el país hasta convertirse en el mecanismo principal de respuesta ante el hambre. Hoy, tan sólo en Toronto existe una red integrada por alrededor de 160 bancos de alimentos, misma que alimentó mensualmente a cerca de 86 000 personas durante 2009 (<www.dailybread.ca>).

Este enfoque de la seguridad alimentaria ha sido criticado porque se interesa más en la seguridad de un ingreso para los hogares que en los alimentos y la seguridad alimentaria. Por ejemplo, en el informe anual 2009 del banco de alimentos Toronto Daily Bread Food Bank, titulado *Who's Hungry Report*, se habla de un seguro de vivienda y de reformas a la cobertura del seguro de desempleo canadiense como medidas para combatir el hambre (<www.dailybread.ca>). Quienes critican este enfoque de la seguri-

dad alimentaria lo rechazan aduciendo que se trata de una política social “al estilo americano”, que institucionaliza el hambre y resalta el individualismo, la competencia y la desigualdad (Power, 1999). En otras palabras, cada individuo es responsable de su propia hambruna y se considera que la caridad es la mejor manera de ayudar a las personas a superar los periodos difíciles. Además, la capacidad de los bancos de alimentos para ayudar a los hambrientos es limitada. En su mayoría, estos sólo pueden proporcionarles comestibles a cada beneficiario para dos o tres días, una vez al mes. Asimismo, puesto que los bancos de alimentos se abastecen con los “excedentes” de la industria y el comercio de alimentos, dependen de los donativos y del trabajo voluntario. La calidad de los alimentos distribuidos no se tiene en consideración (lo único que interesa es que sean comestibles) o, en el mejor de los casos, depende de la organización privada individual encargada de distribuirlos. Puesto que se trata de un programa “de caridad”, los beneficiarios deben aceptar lo que haya en existencia y tienen “pocos o nulos derechos” (Tarasuk y Eakin, 2005).

LA SEGURIDAD ALIMENTICIA SEGÚN EL SISTEMA ALIMENTARIO SUSTENTABLE

La visión de la seguridad alimentaria desde un enfoque sustentable del sistema alimentario se basa en una crítica por parte de la economía política y el movimiento ambientalista al sistema alimentario convencional. Se enfoca en cómo sucedió que los alimentos salieron de su arraigo social para convertirse en una “...selección de productos comestibles elaborados mediante cadenas complejas de producción, frecuentemente globales” (Friedmann, 1993). Los alimentos y la agricultura se transformaron en sectores industriales que producen bienes indiferenciados y duraderos para el consumo masivo (Friedmann y McMichael, 1989: 103). El consumo de alimentos locales percederos fue reemplazado por la producción y el consumo de bienes duraderos altamente procesados y manufacturados. El sistema alimentario se está volviendo cada vez más corporativo, lo que externaliza los costos ambientales y humanos, y pone en riesgo el medio ambiente y la seguridad alimentaria.

Los proyectos de alimentación que convergen con esta perspectiva teórica de la seguridad alimentaria establecen vías alternativas de distribución y comercialización y fomentan el autoabastecimiento. Esas iniciativas alienan a todos los productores a cultivar y vender alimentos saludables, pro-

ducidos de manera sustentable y a precios razonables, de modo que se ofrecen los mismos productos alimenticios a los consumidores locales ambientalmente conscientes y, al mismo tiempo, se disminuyen las emisiones de gases de invernadero inherentes a las cadenas de suministro agroalimentario globalizadas. Además, crean conciencia en torno a los problemas que encaran los agricultores —cuyo número no deja de disminuir— y fomentan la confianza en la oferta de alimentos que emplean prácticas productivas conocidas.

El enfoque alimentario alternativo basado en la sustentabilidad propone una “nueva” manera de ver la seguridad alimentaria en los medios urbanos, en la cual se desafía el “enfoque del hambre y la pobreza” de tipo cuantitativo, como se resume en el recuadro 1.

RECUADRO 1 COMPARACIÓN ENTRE EL ANTIGUO SISTEMA ALIMENTARIO Y EL NUEVO	
<i>Antiguo sistema alimentario</i>	<i>Nuevo sistema alimentario</i>
Prioriza la producción en masa.	Prioriza la salud.
Los alimentos no son vistos como un asunto que les compete a las ciudades.	Los alimentos son vistos como una vía estratégica que permite a las ciudades cumplir sus objetivos.
Las fuerzas del mercado determinan la ubicación de los comercios de alimentos.	La planeación de los barrios y las colonias urbanas se realiza teniendo en mente el acceso a los alimentos.
El precio de los alimentos no tiene relación con sus beneficios nutricionales.	El precio de los alimentos favorece la elección de opciones saludables.
La solución de los problemas alimentarios recae en diversos departamentos y jurisdicciones gubernamentales.	Las soluciones alimentarias surgen de la colaboración establecida dentro de y entre el sector gubernamental y la sociedad civil.

Fuente: *Food Connections: Toward a Healthy and Sustainable Food System for Toronto*. A Consultation Report 2010. Toronto, Toronto Public Health.

El enfoque de la seguridad alimentaria de los sistemas alimentarios sustentables también ha sido objeto de algunas críticas. Por ejemplo, las iniciativas de la coalición Community Food Security (Seguridad Alimentaria de la Comunidad, CFS) y los partidarios de la agricultura orgánica han sido criticados por su elitismo o por su orientación hacia la clase media, lo

que les impide responder de modo adecuado a la crisis de seguridad alimentaria (Donald y Blay-Palmer, 2006). El componente autoabastecimiento que implica este enfoque, acusado frecuentemente de estar dirigido a la clase media, implica invertir más tiempo y trabajo en la obtención y elaboración de alimentos, de modo que representa un sistema alimentario más complejo y sofisticado para quienes carecen de recursos económicos para su propio sustento.

A los partidarios “privilegiados” del sistema alimentario sustentable les preocupan el interés público, la calidad de los alimentos, la salud y el medio ambiente (Buttel, en Power, 1999), es decir, inquietudes muy distantes de quienes tienen el estómago vacío. La gente pobre puede tener intereses muy diferentes, como disponer de poder adquisitivo para participar plenamente de una sociedad donde es posible adquirir comestibles mediante mecanismos de mercado.

¿Estos dos puntos de vista deben ser necesaria y mutuamente excluyentes? Los proyectos alimentarios de Toronto demuestran que las iniciativas de seguridad alimentaria pueden abarcar los dos enfoques: aliviar el hambre y la pobreza de manera digna y respetuosa, mediante cadenas alimentarias sustentables alternativas.

(IN)SEGURIDAD ALIMENTARIA Y SUSTENTABILIDAD EN EL CONTEXTO DE TORONTO

Como se señaló anteriormente, Canadá no posee una política alimentaria congruente. En su lugar, tiene políticas basadas en la agroindustria y de salud. A partir de la década de 1980, la política agroalimentaria canadiense ha seguido cada vez más las tendencias del sistema alimentario mundial, integrándose paulatinamente a los mercados mundiales al fomentar el comercio internacional, promoviendo el valor agregado a los productos y estimulando la innovación mediante inversiones en biotecnología (Ropell, 2006; Blay-Palmer, 2005), en tanto que la política de salud atiende principalmente cuestiones de nutrición y seguridad de los alimentos (entendida como inocuidad) (MacRae, 1999). Si bien es cierto que el apoyo para la agricultura sustentable ha ido en aumento en los últimos años, continúa siendo marginal, sobre todo al compararlo con el apoyo que recibe la biotecnología. El efecto acumulativo de estas políticas ha sido la pérdida constante de granjas familiares y la disgregación de las comunidades rurales de Canadá.

Blay-Palmer (2005: 564) ha afirmado que las políticas agrícolas extranjeras, nacionales y provinciales, de hecho han entorpecido la innovación en el sector agrícola orgánico de Ontario. Los agricultores sustentables en pequeña escala tienen que competir con los alimentos subsidiados que se importan de Estados Unidos y otros países. Los agricultores sustentables de Ontario no cumplen los requisitos necesarios para adquirir seguros agrícolas, pues no utilizan todos los medios disponibles para asegurar el éxito de sus cultivos (lo que incluye fertilizantes químicos, herbicidas y plaguicidas). Además, el entorno normativo (por ejemplo, las normas de empaque de alimentos comerciales) opera en contra de estos agricultores. Los productores sustentables de pequeña escala de Ontario requieren mejores oportunidades de acceso al mercado, así como a programas de asistencia tributaria y financiera (*idem*).

Y sin embargo, el interés en los alimentos de calidad y las redes alimentarias alternativas está floreciendo en Toronto. Los mejores chefs de la ciudad se enorgullecen de ofrecer variedades de tomates tradicionales en sus menús, el número de mercados donde concurren los agricultores locales es cada vez mayor, y también abundan las tiendas de especialidades alimenticias y los proyectos alimentarios de tipo comunitario.

No obstante, un factor que coexiste con estas tendencias son los índices cada vez mayores de inseguridad alimentaria en la ciudad. Mientras que las tendencias indican que los índices de pobreza están decayendo en Canadá, los de la ciudad de Toronto prácticamente se duplicaron al pasar de 16 a 30% (<<http://www.thestar.com/News/GTA/article/279839>>). Pese a que los niveles de ingreso nacionales han ido en aumento, el porcentaje de familias de la GTA que viven en condiciones de pobreza se duplicó a 30% a partir de 1990 (<<http://www.thestar.com/News/GTA/article/279839> (consultado el 17 de junio de 2008)). El incremento en los costos de la vivienda y en el cuidado de niños son factores que contribuyen de manera importante a la inseguridad alimentaria y la pobreza en Toronto.

Según estadísticas recientes, alrededor de 16% de los canadienses pertenecen a grupos minoritarios visibles, pero la cifra para GTA señala que la mitad de la población corresponde a grupos minoritarios (*Toronto Star*, abril de 2008). Según datos de 2001, 18.4% de los canadienses habían nacido en el extranjero (*Statistics Canada*, 2003). Cerca de 40% de los inmigrantes recién llegados a Canadá se establecen en Toronto en busca de oportunidades de empleo y se suman a las comunidades étnicas allí establecidas (<<http://www.cbc.ca/toronto/features/diversity/bigpicture.html>>). Esos nue-

vos inmigrantes tienen mayores probabilidades de desempleo o subempleo y de estar socialmente marginados.

Pese a que el PIB registró un aumento de 40% durante los últimos 20 años, los beneficiarios de la asistencia social reciben ingresos menores que hace 20 años. Como país signatario de la Declaración de Derechos Humanos de la ONU, Canadá ratificó que el derecho a una alimentación adecuada constituye una garantía fundamental del ser humano. No obstante, cada vez que el Consejo Económico y Social de la ONU realiza inspecciones periódicas para asegurar que Canadá cumpla satisfactoriamente su compromiso de respetar esos derechos económicos y sociales, los informes revelan que existen deficiencias en su cumplimiento desde fines de la década de 1990 (Osberg, 2008).

La creciente inseguridad alimentaria ha propiciado que se recurra cada vez más a los bancos de alimentos tanto en la ciudad de Toronto como en el resto de Canadá. Antes de 1983, en Canadá no existía un solo banco de alimentos. Estos empezaron a surgir como una solución de corto plazo para evitar hambrunas durante las malas épocas económicas. Pero a medida que las políticas neoliberales reestructuraron, recortaron y menoscabaron los servicios sociales, la inseguridad alimentaria continuó aumentando y los bancos de alimentos se convirtieron en una institución social profundamente arraigada en la sociedad canadiense. Los primeros bancos de alimentos fueron establecidos como programas de asistencia alimenticia humanitaria, por grupos comunitarios interesados en ayudar a la gente a superar la recesión de principios de la década de 1980. Aunque la intención original era que los bancos de alimentos fueran temporales, éstos acabaron por convertirse en parte permanente del sistema de programas de asistencia social de Canadá, al que también pertenecen los programas de asistencia económica y las bolsas de trabajo (Tarasuk y Eakin, 2005). El banco de alimentos Toronto Daily Bread Food Bank suministra asistencia alimentaria de emergencia en 190 puntos de la GTA y consigue alimentos en forma de donativos altruistas y excedentes de restaurantes y empresas de servicios alimenticios. En 2007, más de 900 000 habitantes de la GTA, cuya población total asciende a cerca de 5.5 millones de personas, recurrieron a los bancos de comestibles; esto representa un aumento de 81% respecto a 1995.

Dado el rumbo que la política agrícola ha tomado en Canadá, no es de asombrar que el dinamismo del sector alimentario tenga lugar fuera del complejo agroalimentario prevaleciente. En la GTA, legisladores municipa-

les, consumidores, organizaciones no gubernamentales (ONG) y productores de alimentos están desarrollando iniciativas de calidad alimentaria alternativas.

En suma, Toronto es uno de los lugares con mayor diversidad cultural y étnica de la Tierra. Los índices de pobreza son elevados y se traslapan con las comunidades étnicas. No existe una política alimentaria coherente. Las políticas federales y provinciales suelen ser opuestas a la estrategia y los programas alimentarios que los activistas alimentarios urbanos tratan de promover, como es la agricultura local sustentable. Sin embargo, las redes de los habitantes de Toronto comprometidos maniobran en torno a esos desafíos para crear modelos exitosos y dinámicos de seguridad alimentaria y cadenas de abastecimiento de alimentos más cortas. Veamos algunos casos ilustrativos.

ESTUDIO DE CASOS

El Consejo de Política Alimentaria de Toronto (Toronto Food Policy Council)

Una piedra angular que ha sido particularmente significativa para los movimientos alimentarios de Toronto durante los últimos 15 años ha sido el Consejo de Política Alimentaria de Toronto (Toronto Food Policy Council, TFPC). De unos años a la fecha han estado surgiendo diversos consejos de política alimentaria, pero cuando éste fue fundado en 1991, no había ninguno, en ninguna parte. Originalmente, el TFPC y FoodShare (véase el siguiente estudio de caso) fueron iniciativas que el gobierno municipal lanzó para atender los problemas de hambre e inseguridad alimentaria. A partir de entonces, el TFPC evolucionó hasta convertirse en una institución que concilia la necesidad de seguridad alimentaria con los esfuerzos por crear un sistema alimentario local sustentable, principalmente para dar acceso a los alimentos saludables que se cultivan localmente. Los TFPC reúnen a los miembros con intereses en el sistema alimentario que, de no ser así, jamás se conocerían debido al modo en que está estructurado nuestro sistema alimentario. Estos consejos ponen a los agricultores locales en contacto con proyectos de seguridad alimentaria mediante sus redes de apoyo social e institucional; esto es algo único, pues reconoce que la agricultura es parte de los esfuerzos por establecer políticas alimentarias urbanas (Friedmann,

2007). Las juntas mensuales del TFPC, que están abiertas al público, reúnen a cerca de 30 personas, entre quienes figuran agricultores, concejales (o regidores) municipales, ONG, cocineros, paisajistas urbanos, académicos, defensores de la salud pública y representantes de otros sectores, para encontrar soluciones originales a problemas y retos de tipo alimentario. “El TFPC es uno de los pocos organismos de desarrollo urbano-rural de Canadá. Colabora con empresas y grupos comunitarios para fomentar el acceso equitativo a los alimentos, teniendo siempre en mente la nutrición, el desarrollo comunitario y la integridad ambiental” (Dale, 2007: 38-41).

El TFPC es un subcomité del Consejo de Salud de Toronto (Toronto Board of Health). Sus orígenes se remontan al compromiso de la ciudad con la Iniciativa de Ciudades Saludables de la ONU, que fue firmado por el alcalde de Toronto en 1991. El Consejo dedicó la primera mitad de su existencia hasta la fecha al desarrollo de una política alimentaria, sentando de ese modo las bases teóricas y analíticas de lo que constituye un sistema alimentario alternativo. Durante esos años formativos se promulgaron varias iniciativas, como la Declaración sobre Alimentos y Nutrición de la Ciudad de Toronto, la Carta Alimentaria, y diversos artículos relacionados con una amplia gama de asuntos, desde comercio hasta seguridad alimentaria.¹

En 1991, el TFPC redactó e impulsó la Declaración sobre Alimentos y Nutrición de la Ciudad de Toronto. Ha argumentado a favor de una planeación del uso del suelo que reconozca la necesidad de preservar los campos agrícolas aledaños a la ciudad; en consecuencia, el Gobierno Provincial de Toronto decretó, en 2005, el llamado “Cinturón Verde” con el fin de proteger los campos agrícolas contra el desarrollo urbano. Además, el TFPC fue uno de los primeros organismos en promover la creación de un vertedero de residuos orgánicos húmedos para hacer compostas y en liderar una estrategia de establecimiento de huertos comunitarios en Toronto.

En entrevista telefónica, el coordinador de programas del TFPC comentó: “Uno puede lograr el decreto de las leyes y normas que quiera, pero eso no significa nada, a menos que éstas sean puestas en práctica”. La escasez de recursos presupuestales y el ambiente de enquistamiento político fueron dos factores que se conjugaron para mantener los avances reales al mínimo, pese a que el TFPC dedicó sus primeros años a la creación de documentos

¹ Estos artículos se pueden consultar por internet en el sitio <http://www.toronto.ca/health/tfpc_discussion_paper.htm>, consultado el 20 de junio de 2008).

normativos revolucionarios. El segundo y actual coordinador de programas decidió cambiar el enfoque del Consejo para sacarlo del campo normativo y llevarlo al de la programación y, más que nada, al de la creación de redes sociales. El objetivo del TFPC es darle visibilidad a los alimentos. Gran parte de su esfuerzo está dedicado a insertar los alimentos como un elemento transversal en todas las actividades de regulación y programación de la municipalidad:

La principal fuente de empleos de la ciudad son los alimentos, ¿y ustedes quieren hablar del medio ambiente? Sería mejor poner los ojos en los alimentos. El Fondo para la Atmósfera de Toronto no hace referencia a los alimentos. Parques, policías, vías de comunicación, residuos... todo se relaciona con los alimentos. La tercera parte de los residuos procede de productos alimenticios. Los alimentos son un problema de orden claramente municipal, no simplemente agrícola o de salud... La violencia callejera se relaciona con los alimentos. La alimentación es la base del desarrollo comunitario. El calentamiento global se relaciona con los alimentos... El TFPC pone los alimentos en la pantalla del radar. Veinte por ciento de los recorridos en automóvil que se efectúan en Toronto se relacionan con comestibles, así que incluso la reparación de calles se relaciona con ellos.²

Aunque la normatividad persiste como un objetivo importante del Consejo, éste ha adoptado un nuevo enfoque. En vez de desarrollar políticas alimentarias independientes y carentes de recursos para su aplicación práctica, el TFPC pone los alimentos como eje de las acciones. El coordinador del TFPC se mantiene en contacto con varios departamentos municipales para que estos incluyan en sus agendas los alimentos y la agricultura, bajo la premisa de que los comestibles son la base que facilita la integración de los barrios, el desarrollo comunitario y la formación de capacidades humanas.

Muy pocos de los consejos de política alimentaria que están surgiendo en Estados Unidos y Europa están integrados al gobierno municipal como lo ha hecho el TFPC. Esta es una cualidad relevante del consejo alimentario. Esto significa que el TFPC no tiene que competir por los escasos recursos con otras iniciativas alimentarias y agrícolas de la ciudad. En su lugar, ha asu-

² Conversación telefónica con el coordinador de programas del TFPC, 6 de enero de 2008.

mido un amplio papel de coordinación y apoyo a favor de esas organizaciones. Puesto que carece de recursos para ejecutar programas propios, el coordinador de programas del TFPC ayuda a otras entidades a formar recursos humanos, a crear nuevas organizaciones cuando es necesario y a buscar alternativas de financiamiento.

El tema de los alimentos se estaba abordando desde el punto de vista agrícola (como sucede en los otros niveles [de gobierno]), es decir, tan sólo del campo a la mesa. ¿Por qué no hacerlo al revés? Si cultivamos alimentos es para alimentar a la gente... ésta no los consume tan sólo porque los cultivamos. ¿Y qué hay del consumidor? ¿Qué pasa con la comercialización? ¿Qué tan bien se conoce al consumidor? Wayne [el coordinador del TFPC] está tratando de abordar los alimentos desde ese ángulo. Muy al principio, cuando Wayne empezó a entrevistarse con los agricultores, estos se oponían a lo orgánico y a todo lo que él les proponía.³

¿Cuáles son las *funciones* de un consejo de política alimentaria en una ciudad? El TFPC lo definió de una manera factible, inspiradora y positiva. El TFPC logra insertar los alimentos en las agendas gubernamentales al incluirlos en los temas de salud pública y vivienda de interés social, y al establecer enlaces urbano-rurales. Por ejemplo, ahora el departamento de Vivienda Comunitaria (Community Housing) de Toronto cuenta con varios huertos comunitarios, y el Consejo ha logrado incorporar a los agricultores circunvecinos. Otros programas de alimentación comunitarios, como FoodShare y Local Food Plus, también tienen conexiones con el TFPC. Por ejemplo, el TFPC crea redes sociales y, de esa manera, pone a los agricultores en contacto con las preferencias y demandas de las ciudades, encuentra mercados para los productores locales y ofrece a los habitantes de Toronto algunos alimentos que quizá no sean parte de la producción agrícola tradicional, como una amplia diversidad de alimentos étnicos.

Además, el TFPC está vinculado con la Alianza Ambiental de Toronto (Toronto Environmental Alliance), una iniciativa innovadora que se ha propuesto lograr que 10% de los alimentos puedan ser adquiridos en forma local.

Por último, vale la pena mencionar que el TFPC es un organismo gubernamental y, por lo tanto, se ve forzado a cambiar de actitudes y hacer mo-

³ Conversación telefónica con el coordinador de programas del TFPC, 6 de enero de 2008.

dificaciones presupuestales para adaptarse a políticas novedosas, lo que es muy difícil de lograr desde el punto de vista cultural en las burocracias. En otras palabras, tiene que apartarse de la normatividad y poner los pies en la tierra para concretar sus iniciativas, gestar programas e ideas, y conseguir financiamiento. Sin embargo, el TFPC está en pie de lucha, madurando y aprendiendo a ser urbano.

FoodShare (Compartir Alimentos)

Una de las organizaciones de seguridad alimentaria más exitosas e innovadoras de la ciudad es FoodShare, una organización sin fines de lucro. FoodShare es el arquetipo de los movimientos alimentarios de Toronto: atienden simultáneamente problemas de hambre y de acceso a alimentos saludables, diversos y sustentables, ya que fomenta la creación de cadenas de suministro alimentario más cortas y el desarrollo de mercados locales para la agricultura orgánica.

En las palabras de Johnston y Baker (2005):

Detrás de estos programas está el deseo de acortar la distancia entre el campo y la mesa, y de crear lazos sólidos entre los consumidores urbanos y los agricultores locales. Estos programas atienden un dilema medular del activismo a favor de los sistemas alimentarios: el hecho de que la gente pobre no tiene capacidad económica para adquirir productos frescos y que los agricultores no pueden sobrevivir en un mercado donde el precio de los productos importados está por debajo de sus costos de producción local.

La fundación de FoodShare tuvo lugar a mediados de la década de 1980, cuando el aumento de los índices de hambre en Toronto atrajo la atención y los recursos financieros para encontrar medidas temporales a fin de aliviar esta situación. La misión original de FoodShare quedó enmarcada en un esquema de seguridad alimentaria antipobreza: coordinar servicios alimentarios de emergencia; acopiar y distribuir alimentos; y apoyar políticas de seguridad económica y laboral que permitan a las personas satisfacer sus necesidades básicas. FoodShare también puso en marcha una “línea telefónica contra el hambre” para vincular a la gente necesitada con los servicios alimentarios de emergencia. Sin embargo, como la inseguridad alimentaria no disminuyó, la misión de FoodShare tuvo que evolucionar para

atender la seguridad alimentaria de una manera más amplia e innovadora, pues se empezó a ver el sistema alimentario como un todo y a poner atención en *qué* alimentos ofrecer y *cómo* facilitar el acceso de la gente a ellos. Así, el dar acceso a alimentos nutritivos, culturalmente apropiados y sustentables fuera del contexto de los casos de emergencia, se convirtió en su filosofía (véase <<http://www.foodshare.net/whoweare-strategicplan2009.htm>>).

FoodShare empezó a explorar modelos de autoayuda —como sistemas de adquisición cooperativa, cocinas colectivas y huertos comunitarios— que permitieran resolver problemas de hambre de corto plazo a nivel de hogar, al mismo tiempo que proporcionaba beneficios de largo plazo al fortalecer las capacidades humanas de individuos y comunidades. Con el tiempo, los programas de la organización se ampliaron para incluir la entrega de cajas de alimentos, huertos comunitarios, nutrición de niños en edad escolar, cocinas comunitarias, talleres de elaboración de alimentos para bebés, fondos “semilla” para comenzar negocios pequeños de comida, capacitación en materia de servicios alimentarios para personas marginadas y jóvenes en riesgo, y apoyo a la reforma de los programas de asistencia social. Todavía opera la línea telefónica de emergencia, pero ésta fue rebautizada como Foodlink (enlace alimenticio) y ahora no sólo ofrece información sobre servicios alimentarios de emergencia, sino también sobre programas de alimentación para personas de edad avanzada, asesoría nutricional, huertos comunitarios, información prenatal, y puntos de entrega de cajas de alimentos. Hoy por hoy, el programa más conocido de FoodShare es la Caja de Buenos Alimentos (Good Food Box, GFB), que se entrega cada dos meses. El contenido de la caja pretende vincular a los productores agrícolas locales con las poblaciones urbanas, pero en especial con las comunidades marginadas, de bajos ingresos y etnoculturales, al ofrecerles alimentos frescos, nutricionalmente adecuados y culturalmente aceptables.

A partir de la entrega de 40 cajas en 1994, este programa creció a más de 4 000 cajas mensuales, que son repartidas en más de 200 locales distribuidos en toda la ciudad y coordinados por representantes de los propios barrios, y que alimentan a entre 8 000 y 10 000 personas (Johnston y Baker, 2005). Cada caja está llena de frutas y verduras frescas de la estación, producidas y adquiridas localmente en la medida en que lo permiten las temporadas del año y los recursos. Al principio, las cajas se llenaban con productos adquiridos en la Central de Abasto de Ontario (Ontario Food Terminal), pero a medida que el programa ha ido creciendo, su contenido procede de los agricultores en forma cada vez más directa. La opción de

una caja orgánica ha ayudado a que los productores agrícolas de Ontario desarrollen mercados para sus productos, conforme este sector naciente ha ido cobrando fuerza durante la última década.

El pago del contenido de las cajas de alimentos les corresponde a quienes las reciben (los precios oscilan entre 12 y 32 dólares canadienses por caja, dependiendo de la opción que se elija); los costos de capital y operación de FoodShare se cubren mediante donativos privados y subvenciones procedentes de fundaciones privadas e instituciones gubernamentales. Es decir, las cajas de alimentos están parcialmente subsidiadas y los beneficiarios no son sujetos a una evaluación socioeconómica. Cerca de la mitad de las 4 000 cajas está destinada a hogares de escasos recursos. La otra mitad —que incluye las cajas orgánicas— va dirigida a personas de clase media que están en busca de alternativas distintas al perverso mecanismo creado por el sistema alimentario industrial, en el que los alimentos sólo son una mercancía más.

Desde luego, ni la GFB ni los otros modelos alternativos de seguridad alimentaria que los programas de *FoodShare* ejemplifican están exentos de desafíos: el crecimiento y la expansión del programa constituyen un gran reto si se pretende tener un impacto en la seguridad alimentaria entendida convencionalmente y, en última instancia, en los modelos del sistema alimentario hegemónico impuesto por la agroindustria corporativa (Friedmann, 2007; Johnston y Baker, 2005). Por ejemplo, la GFB abarca apenas a 12% de los beneficiarios de bancos de alimentos.

The Stop: Centro Alimentario Comunitario

Junto con FoodShare, el Centro Alimentario Comunitario The Stop (o simplemente, The Stop) es una de las instancias de seguridad alimentaria más antiguas de Toronto; y al igual que FoodShare, su misión y sus programas han evolucionado considerablemente a partir de su fundación en 1982. Empezó como un banco de alimentos y esta sigue siendo una de sus principales funciones. Los integrantes de la comunidad pueden recurrir al banco de alimentos de The Stop una vez al mes, y reciben una dotación de alimentos suficiente para dos o tres días. Sin embargo, The Stop va mucho más allá de distribuir los alimentos donados para casos de emergencia —alimentos que por lo general están demasiado procesados, son nutricionalmente y culturalmente inadecuados, y rara vez están frescos.

Esta organización ha ido ampliando su misión desde fines de la década de 1980 para incluir actividades de defensoría en materia de vivienda — relaciones entre arrendador y arrendatario— seguro social, inmigración y relaciones laborales. Estas acciones movilizan a los miembros de la comunidad e impulsan reformas en el gobierno. El personal de apoyo presente en cada sitio de distribución consulta a los usuarios del banco de alimentos cada vez que recurren a este servicio. Los otros programas son: una iniciativa de horticultura urbana que produce varias toneladas de productos orgánicos en huertos comunitarios, así como en un invernadero que abastece al banco de alimentos, además se utilizan para preparar las comidas comunitarias que se ofrecen en forma gratuita varias veces a la semana; Comienzos Saludables (Healthy Beginnings) brinda apoyo a padres de familia primerizos y a mujeres de escasos recursos embarazadas, dándoles a estas últimas espacio para que desarrollen redes sociales de apoyo y para asistir a talleres estructurados donde pueden obtener información sobre salud, nutrición, parto y cuidado de los hijos; las cocinas comunitarias (incluso una donde se habla el español) ofrecen buenas oportunidades para socializar y la posibilidad de aprender a cocinar platillos saludables a bajo costo. Compromiso Cívico (Civic Engagement) es otro proyecto que apoya a miembros de la comunidad para que expresen sus problemas de pobreza, hambre y vivienda inadecuada.

Hoy por hoy, el banco de alimentos The Stop atiende a más de 6 000 personas en el barrio Davenport West de Toronto. Los alimentos que dona proceden de sus propios huertos, cuya mano de obra es voluntaria, y de la compra de comestibles. En el periodo 2006-2007, The Stop adquirió más de 30 000 toneladas de productos agrícolas entre los agricultores locales. Aunque las estaciones del año limitan lo que es posible cultivar, el invernadero puede producir algunos alimentos frescos todo el año, entre ellos, 50 variedades de tomates. Entre sus planes actuales destaca la construcción de un huerto urbano mucho más grande, con la idea de apoyar los programas que tiene actualmente The Stop y de vender productos orgánicos a precios asequibles en el mercado de agricultores del propio barrio.

Aunque The Stop continúa ofreciendo alimentos en casos de emergencia por medio del banco de alimentos, también se esfuerza por remediar las causas últimas del hambre y por capacitar a las personas explicándoles la forma en que se relacionan con los alimentos. Al ofrecerles oportunidades de educación, apoyo y establecimiento de redes sociales, The Stop logra que los miembros de la comunidad identifiquen las formas de injusticia

social presentes en el sistema alimentario y los capacita para que expresen su inconformidad.

Local Food Plus (Alimentos Locales Plus)

Pese a que Local Food Plus (LFP) es la más reciente de las organizaciones aquí presentadas, está ejerciendo una clara influencia en el campo de la alimentación alternativa en la región de Toronto. LFP es una organización sin fines de lucro dedicada a certificar agricultores locales en la producción de alimentos sustentables. Desarrolló estándares —certificables por parte de terceros debidamente acreditados— en cinco categorías: 1] métodos de producción sustentables; 2] proximidad a los mercados; 3] prácticas laborales y de bienestar animal; 4] uso de energías sustentables, biodiversidad y conservación del hábitat, y 5] empaque y reciclaje.

LFP les ofrece a productores y compradores lo que denomina “escaleras” (Friedmann, 2007) para que mejoren en forma gradual y constante. Todos los productores —que pueden ser convencionales u orgánicos— están haciendo un esfuerzo por optimizar la biodiversidad de varias maneras con el fin de que se adapten a sus entornos locales, así como aprender a usar fuentes de energía sustentables; a la vez, los consumidores y comerciantes institucionales que deseen hacer la transición al suministro local pueden lograr esto paulatinamente. En el contrato innovador gestionado por LFP y firmado por la Universidad de Toronto y por Aramark, su proveedor de servicios de alimentación, se estipula que 10% de las compras de alimentos deben ser locales. Esta estrategia permite a los participantes tener tiempo para encontrar proveedores y cadenas de suministro, a fin de transitar gradualmente hacia un abastecimiento local más amplio.

Aunque los fundadores de LFP tienen mucho tiempo trabajando en los círculos alimentarios de Toronto, lo que les facilita establecer conexiones entre productores e instituciones urbanas locales, los retos han sido enormes, debido quizá a la ausencia de cadenas de abastecimiento bien desarrolladas entre los productores y procesadores de alimentos locales (Friedmann, 2007). En la actualidad, se han logrado avances para facilitar el establecimiento de una cadena de suministro local de alimentos, pero aún falta desarrollar los mercados y crear el ámbito institucional necesario para lograrlo. Local Food Plus media las relaciones entre productores, procesadores, instituciones, empresas de servicios alimentarios y comerciantes,

pues todos están incursionando en un territorio poco conocido. LFP pone en contacto a los integrantes de la cadena de suministro y los asesora con base en su experiencia en administración de cadenas de abastecimiento. Además, ofrecen actividades de educación pública sobre la importancia de los mercados de alimentos locales, comercialización, promoción de productos, planeación de eventos y relaciones públicas.

Estos empresarios ambientalmente conscientes han logrado aprovechar al máximo el actual “cambio de conciencia que se ha dado en cascada” (Friedmann y McNair, 2008). Después de negociar el contrato de la Universidad de Toronto, gracias al cual los comedores universitarios adquirirán localmente 10% de sus alimentos, LFP logró atraer financiamientos institucionales importantes, sobre todo porque la llegada de esta última coincidió con la declaración del Cinturón Verde de Ontario (Friedmann, 2007). Hasta la fecha, la demanda de los servicios y productos certificados de LFP sobrepasa su capacidad de respuesta. Gracias a otro contrato institucional mayor, pero celebrado ahora con la vecina ciudad de Markham, no sólo ésta dispondrá también de los alimentos certificados como locales y sustentables por LFP, sino muchos restaurantes, tiendas de comestibles independientes y carnicerías de Toronto obtendrán los productos certificados.

COMENTARIOS FINALES

Toronto es una experiencia única y creativa que muestra la manera en que consumidores, activistas en campos relacionados a los alimentarios: comunidades y barrios locales, organizaciones no gubernamentales (ONG), agricultores regionales y legisladores han empezado a colaborar con el fin de crear un sistema alimentario local más sustentable. Este es un proceso permanente que aún enfrenta ciertos desafíos.

Algunos programas como FoodShare, el Centro Alimentario Comunitario The Stop y Local Food Plus han logrado cumplir sus objetivos programáticos y llegar hasta un número cada vez mayor de consumidores, pero su alcance aún es limitado. El crecimiento y la ampliación son retos fundamentales que estas organizaciones habrán de resolver para construir sistemas alimentarios sustentables locales y regionales, así como para resolver los problemas estructurales de la pobreza y el hambre. El desafío va más allá de las dimensiones espaciales y cuantitativas; para que el sistema ali-

mentario sustentable pueda confrontar la hegemonía de la agroindustria, ampliar la escala de acción significa atender la articulación entre el nivel micro referido a hogares y comunidad con las decisiones de política pública a nivel macro: esto es, que las políticas relacionadas con la seguridad alimentaria incorporen la sustentabilidad, comprendan aspectos sociales, económicos y culturales.⁴

Los movimientos alimentarios alternativos promovidos principalmente por consumidores urbanos también han proliferado en Estados Unidos y Europa. En lo que respecta a la región del TLCAN, en México se sabe de muy pocas experiencias en este aspecto. Los movimientos alimentarios alternativos que se basan en la sustentabilidad son en su mayoría agrícolas y se relacionan con las prácticas y el etiquetado de tipo orgánico y la protección de la biodiversidad, como sucede con el proyecto de producción de maíz Coyote Rojo, del cual hablamos en el capítulo 5. Asimismo, en el caso del maíz, se tienen pocos ejemplos de integración de redes locales entre los productores de variedades nativas de maíz y clientes especializados como tortillerías o restaurantes, como ilustra un caso en la ciudad de Oaxaca (Baker, 2008). Aunque la producción artesanal y en pequeña escala está vigente en los mercados locales y aún internacionales —principalmente en los informales— tal como se explicó en el caso del queso fresco (capítulos 6, 7 y 8), la integración de mecanismos alternativos de acceso a productos alimenticios en general no es parte de los esfuerzos de los productores y consumidores organizados. No existen movimientos alimentarios urbanos, y los escasos y aislados ejemplos de distribución directa de productos alimenticios —principalmente de tipo orgánico— entre agricultores pequeños y consumidores, están en manos de pequeñas empresas cuyos principales consumidores pertenecen a las clases media y alta. Como vimos en el capítulo 2, a la política alimentaria de México le basta, en el mejor de los casos, con proveer alimentos económicos y suficientes, y ser país miembro del TLCAN es parte de esa política. Eso dejó fuera a los pequeños agricultores, debilitó a los mercados locales y regionales, y desvió los hábitos de consumo hacia los alimentos industrializados.

⁴ Para una discusión sobre los problemas teóricos y metodológicos de la ampliación de la escala de acción, véase Johnston y Baker, 2005; Friedmann, 2007. Este debate innovador y creativo está fuera del alcance de este capítulo.

REFERENCIAS

- Baker, Lauren, 2008. Local food networks and maize agrodiversity conservation: two case studies from Mexico, *Local Environment* (3): 235-254, <<http://www.informaworld.com/smpp/title~db=all~content=t713394137~tab=issueslist~branches=13—v1313>>.
- Blay-Palmer, A., 2005. Growing innovation policy; the case of organic agriculture in Ontario, Canada, *Environment and Planning C3*(10): 558-581(2).
- Buttel, F., 1993. The production of agricultural sustainability: observations from the sociology of science and technology, en P. Allen (ed.), *Food for the Future: Conditions and Contradictions of Sustainability*, Nueva York, Wiley & Sons, Inc.
- Dale, Duncan, 2007. You are what you eat, *Spacing Magazine* (10), otoño.
- Donald, Betsy, y Blay-Palmer, 2006. The urban creative economy: Producing food for urban elite or social inclusion opportunity?, *Environment and Planning* 38 (10): 1901-1920.
- Food connections: Toward a healthy and sustainable food system for Toronto. A consultation report, 2010, Toronto, Toronto Public Health.
- Friedmann, Harriet, 1993. After Midas' feast: Alternative food regimes for the future, en Patricia Allen (ed.), *Food for the Future: Conditions and Contradictions of Sustainability*, Nueva York, John Wiley and Sons.
- Friedmann, Harriet, 2007. Scaling-up: Bringing public institutions and food service corporations into the project for local, sustainable food systems in Ontario, *Agriculture and Human Values* 24: 389-398.
- Friedmann, Harriet, y Philip McMichael, 1989. Agriculture and the state system: The rise and decline of national agricultures, 1870 to the present, *Sociologia Ruralis* 29 (2): 93-117.
- Friedmann, Harriet, y Amber McNair, 2008. Whose rules rule? Contested projects to certify "Local production for distant consumers", *Journal of Agrarian Change* 8 (2-3): 408-434.
- Habibov, Nazim N., y Lida Fan, 2008. Comparison of inequality reduction and income security in Canada from a mixed to neo-liberal welfare regime: Micro-data simulations and policy implications, *Journal of Comparative Social Welfare*, en <<http://www.informaworld.com/smpp/title~db=all~content=t725304179~tab=issueslist~branches=24-v2424>>, Issue, 1 de abril: 33-47.
- Johnston, José, y Lauren Baker, 2005. Scaling up: Bringing public institutions and food service corporations into the project for a local, sustainable food system in Ontario, *Agriculture and Human Values* 22: 313-325.
- MacRae, Rod, 1999. Policy failures in the Canadian Food System, en <www.idrc.ca/en/ev-30622-201-1-DO_TOPIC.html>.
- Osberg, Lars, 2008. *A Quarter Century of Economic Inequality in Canada*, Ottawa, Canadian Centre for Policy Alternatives, en <<http://www.policyalternatives.ca/>>

- sites/default/files/uploads/publications/National_OfficePubs/2008/Quarter_Century_of_Inequality.pdf>.
- Power, Elaine. 1999. Combining social justice and sustainability for food security, en Mustafa Koc, Rod MacRae, Luc J.A. Mougeot y Jennifer Welsh (eds.), *For Hunger Proof Cities*, International Development Research Centre, en <http://www.idrc.ca/semillas/ev-30587-201-1-DO_TOPIC.html>.
- Ropell, Carla et al., 2006. *Farm Women and Canadian Agricultural Policy*, Ottawa, Status of Women Canada, en <http://www.foodstudies.ca/Documents/Farm_Women_and_the_APE.pdf>.
- Statistics Canada, 2003. Census of Population: Immigration, birthplace and birthplace of parents, citizenship, ethnic origin, visible minorities and aboriginal peoples, 21 de enero, en <http://www.statcan.gc.ca/daily-quotidien/030121/dq03_0121a-eng.htm>.
- Tarasuk, Valerie, y B. Davis, 1996. Responses to food insecurity in the changing Canadian welfare state, *Journal of Nutrition Education* 28 (2): 71-75.
- Tarasuk, Valerie, y Joan M. Eakin, 2005. Food assistance through “surplus” food: From an ethnographic study of food bank work, *Agriculture and Human Values* 22: 177-186, en <www.dailybread.ca>.
- Toronto Star, <www.thestar.com/News/GTA/article/279839> (consultado el 17 de junio de 2008).

La paradoja de la calidad.
Alimentos mexicanos en América del Norte
se terminó de imprimir en enero de 2012
en los talleres de Master Copy, S.A. C.V.,
Av. Coyoacán 1450, Col. del Valle, 03220 México, D.F.
Portada: Pablo Reyna
Tipografía y formación: Patricia Zepeda,
en Redacta, S.A. de C.V.
Cuidaron la edición las coordinadoras.

Con este libro se propone abrir un debate en torno a los estudios de los alimentos en el ámbito de la integración del mercado de América del Norte. Esto se da en el contexto de una creciente articulación de los sistemas agroalimentarios de los tres países socios, así como en el marco de una cada vez más intensa y compleja regulación del comercio internacional en general y del TLCAN en particular.

Desde una perspectiva interdisciplinaria se discuten temas relativamente nuevos como la calidad y la seguridad de los alimentos en relación a la producción, comercialización, distribución y consumo de los alimentos. Se revisa cómo se ha construido el concepto de calidad desde distintos ámbitos económicos, políticos y culturales y cómo se traducen las normas y estándares globales de calidad a significados y prácticas en función de los distintos actores que integran las cadenas agroalimentarias. Con los casos del aguacate, maíz-tortillas y los quesos frescos que encuentran nuevos espacios de consumo en el mercado regional, se ilustran dichos procesos.

El libro es resultado de las investigaciones realizados en el marco del Programa Interinstitucional de Estudios de la Región de América del Norte (PIERAN) por un equipo interdisciplinario y trinacional en el cual colaboraron Guadalupe Rodríguez Gómez, Lois Stanford, Amber McNair, y la coordinadora Kirsten Appendini. Maximino Matus Ruiz contribuyó con un capítulo al libro.

