

Marie Christine Renard, 1999, *Los intersticios de la globalización: un label (Max Havelaar) para los pequeños productores de café*, CEMCA, ISMAM, CEPCO, Chapingo-Departamento de Sociología Rural, Pidrcafe, Embajada del Reino de los Países Bajos.

EL NUEVO MARCO ECONÓMICO de la globalización ofrece una serie de oportunidades para la economía mexicana y para los productores del campo, en particular según las perspectivas anunciadas por los gobiernos de Carlos Salinas y Ernesto Zedillo. Este último, incluso, en su V Informe de Gobierno nos informó de que en el país de ficción en que parecía vivir se habían logrado grandes avances en el campo y ya se estaba viendo la luz al final del túnel. La realidad está llena de testimonios y situaciones que hacen dudar de esta afirmación: agudización de la pobreza extrema; una migración de las zonas rurales cada vez mayor, como en el caso del estado de Veracruz, donde se trata de un fenómeno nuevo; desatención crediticia y de fomento agropecuario a las zonas rurales, etc. Mucho se ha escrito en los últimos años sobre los saldos negros de la globalización que no beneficia a todos por igual, y sobre el hecho de que el Estado mexicano no cumple con las tareas de investigación, negociación, capacitación y apoyo a los productores y otras actividades que le corresponderían, para que las empresas mexicanas, sobre todo las sociales, puedan echarse a nadar en la misma alberca que los tiburones que son las grandes multinacionales.

El libro de Marie Christine Renard, *Los intersticios de la globalización: un label (Max Havelaar) para los pequeños productores de café* presenta un enfoque interesante y relevante. Dando por hecho la existencia de la globalización, plantea su carácter heterogéneo y describe las estrategias de los pequeños productores para insertarse en ella. Para la autora, la globalización, que puede interpretarse como un proceso de unificación planetaria de mercados, productos, capitales y técnicas, no es sinónimo de unificación. La diferenciación de productos y la segmentación de mercados que corresponde a ella conduce a una especialización. Uno de los intersticios de esta nueva configuración de los mercados que ha sido aprovechada por los pequeños productores de café de México y de otras partes de América Latina, quienes aportan 70% del café orgánico, es justamente el mercado de alimentos orgánicos.

Si los pequeños productores de café, asociados en organizaciones como la Confederación Nacional Obrero Campesina (CNOO), han podido colocarse exitosamente en este intersticio no ha sido por gracia del Estado, sino por características muy propias del producto y por una situación coyuntural vinculada a la reorientación de las políticas económicas.

En una sección muy original y creativa de su trabajo, Marie Christine Renard menciona que ciertos productos alimenticios tienen otros valores más allá del económico o alimenticio propiamente dichos. Los pequeños productores mexicanos han sido capaces de conquistar el mercado europeo de café orgánico porque el café, como algunos otros productos, tiene un carácter simbólico y es en torno a éste que se reposicionan socialmente los consumidores. En este marco está también el valor ambiental,

de equidad social, de solidaridad, que los consumidores conscientes depositan en un acto de compra que va más allá de una simple relación comercial. Otro factor del nuevo contexto económico que permitió ocupar este espacio es la reorientación de las políticas con la supresión de los subsidios.

El libro reviste un interés particular porque la información de primera mano en la que se basa fue obtenida en los dos extremos de esta relación marcada por la globalización: en los mercados europeos y en las montañas de Chiapas. El *label* de Max Havelaar de Holanda que otorga el sello de certificación bajo el cual los torrefactores europeos comercializan el café de pequeños productores de México y de Chiapas, en particular, constituye el estudio de caso que permite analizar las nuevas relaciones nacidas a raíz de la recomposición de los dispositivos de comercialización y las reglas que estructuran los procesos de globalización.

Si bien la producción de café orgánico y su exportación corresponde a un nicho relativamente marginal respecto de otras ramas agropecuarias o silvícolas, Marie Christine Renard se ha interesado en su documentación y análisis por dos razones principales. Una, porque demuestra que no hay un desarrollo capitalista unilineal, determinista y homogeneizante; y dos, porque la existencia de ciertas cadenas agroalimentarias se encuentra definida por el carácter de la demanda y por los significados socialmente construidos de ciertos productos. La movilización de estos recursos simbólicos es lo que permite a los productores cierto margen de control sobre algunas fases del proceso que pone frente a frente a productores y consumidores.

Las dificultades de la globalización han tenido diferentes respuestas por parte de los distintos actores sociales y políticos: desde la negación de su factibilidad en las condiciones actuales de retraso tecnológico de México frente a otros actores económicos, como lo representa la oposición inicial del EZLN a la firma del TLC, hasta respuestas en un terreno eminentemente económico donde los actores intentan asimilar los nuevos procesos en los que se insertarán. En estas difíciles y exitosas experiencias —podríamos decir heroicas experiencias si consideramos que se dan en el contexto de la reducción de las dimensiones del Estado— Marie Christine Renard analiza cuáles son los imperativos que las tendencias del sector agroalimentario y del mercado del café imponen a los actores de esta cadena; y cuál es el margen de maniobras del que éstos disponen, la red de intereses convergentes que posibilita el establecimiento de este nicho de calidad específica, así como las implicaciones que tiene el comercio equitativo para una organización mexicana de pequeños productores de café como Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla, Chiapas (ISMAM).

Otro aspecto interesante de este estudio de caso es que logra desarticular algunas teorías de la economía que limitan los intercambios comerciales a relaciones de libre competencia, puesto que este nicho de mercado equitativo resulta de un compromiso entre una lógica ajena al mercado (por sus fundamentos ideológicos basados en la justicia y la solidaridad) y una lógica de mercado. Entre los dos, caben experiencias de concertación, de resistencia, de solidaridad, de lealtades y deslealtades, de competencias internas, etc., tantas lecciones importantes para que los pequeños productores

res, desde su tradicional atomización e individualismo puedan desarrollar estrategias de largo alcance y más articuladas para que no se los traguen los tiburones.

A lo largo de cuatro capítulos, la autora aporta información y análisis interesantes acerca de los mecanismos de regulación del mercado internacional, las tendencias de éste y la iniciativa Max Havelaar de Holanda respecto de un *label* equitativo para los pequeños productores de café. Nos introduce a conceptos importantes como la diferencia entre el comercio alternativo o de solidaridad, que recurre a militantes y convicciones políticas y, por lo mismo, no deja de ser marginal y efímero, y el comercio equitativo, que recurre al gran público en nombre de principios humanitarios. Aporta el ejemplo o caso de Bélgica y de las contradicciones que se presentan en torno a la disputa entre los detentores del *label* y los torrefactores, para quienes los precios no pueden exceder cierto nivel, más allá del cual las buenas intenciones ecologistas y humanitarias del consumidor más consciente no resisten. En fin, no todo resulta color de rosa desde el lado del comercio equitativo, donde el punto más delicado para la sobrevivencia del modelo es la necesidad que tienen los pequeños productores de un prefinanciamiento por parte de los importadores, que la mayoría de las veces eluden las cláusulas relativas a este compromiso. En el otro extremo, en el contexto nacional, muchas organizaciones carecen del financiamiento necesario, lo que pone en entredicho la posibilidad de seguir aprovechando este nicho de mercado.

El punto más vulnerable en esta articulación al mercado internacional lo constituyen los altibajos entre coyunturas en donde el mercado orgánico ofrece un diferencial de precios importante, cuando el precio internacional está a la baja y cuando no lo ofrece, es decir, en momentos de repunte del precio internacional. Es en estos momentos cuando gana la lógica de mercado y la presencia de los intermediarios rurales o coyotes amenaza la estabilidad de las organizaciones cuyos miembros, muchas veces, anteponen sus propias necesidades individuales y de corto plazo.

La última parte del libro desarrolla la experiencia de ISMAM, una de las organizaciones más exitosas en la producción y comercialización de café orgánico. Antes de hablar de ISMAM, hace una revisión del proceso de organización de los productores de café independientes del Estado, que en una primera etapa lucharon por la transparencia en la fijación de los precios del café; en una segunda buscaron mecanismos de control sobre el proceso de producción de autogestión y de obtención de créditos, con el fin de liberarse de la tutela estatal; y en una tercera fase lucharon para transformar el café y exportarlo directamente. Otra lección de esta experiencia es que resultaron más favorables para el proceso organizativo la crisis de los precios del café y la desincorporación del Instituto Mexicano del Café, así como el retiro del Estado de las funciones que cubrió durante décadas de asistencialismo y paternalismo, malas negociaciones y corrupción de los encargados de los destinos de miles de productores de café. El hecho de que se haya ganado en organización no justifica que el Estado se haya retirado de funciones que le competían, como defender el café mexicano en el mercado internacional, apoyando la iniciativa de los países productores para estabilizar los precios: ganaron las lealtades y compromisos con el Tratado de Libre Comercio (TLC). Desde entonces ha sido la CNOC la que ha encabezado la definición de una

estrategia cafetalera coherente, más allá de paliativos en caso de emergencias. Es en este contexto de mercado desregulado que se ubica la experiencia de ISMAM.

La lección principal que obtenemos del estudio de ISMAM es que su éxito para colocarse en un mercado tan complejo no hubiera sido posible sin una estricta disciplina organizativa. Aun en este caso, sin embargo, la organización no logra impedir el libre mercado cuando no puede ofrecer precios sustancialmente más bajos y pone en riesgo sus compromisos de venta con Max Havelaar. El problema de fondo, y que no resuelve la relación con este nicho de mercado, viene siendo el talón de Aquiles de las organizaciones cafetaleras, es decir, la falta de recursos financieros para acopiar el café. La banca de desarrollo nacional, si bien suple esta necesidad, no lo hace con la eficiencia requerida si tuviera conciencia del esfuerzo que realizan los productores y de la importancia estratégica de conservar estos mercados. Se refiere Marie Christine a la morosidad en la entrega puntual de los créditos. En el aprendizaje para insertarse en este intersticio, el Estado mexicano parecería tener más que aprender que los productores. Si no cumple con esta obligación que le corresponde, ese intersticio de la globalización podría cerrarse por la falta de algunos de sus eslabones.

*Luisa Paré**